

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

México 2007

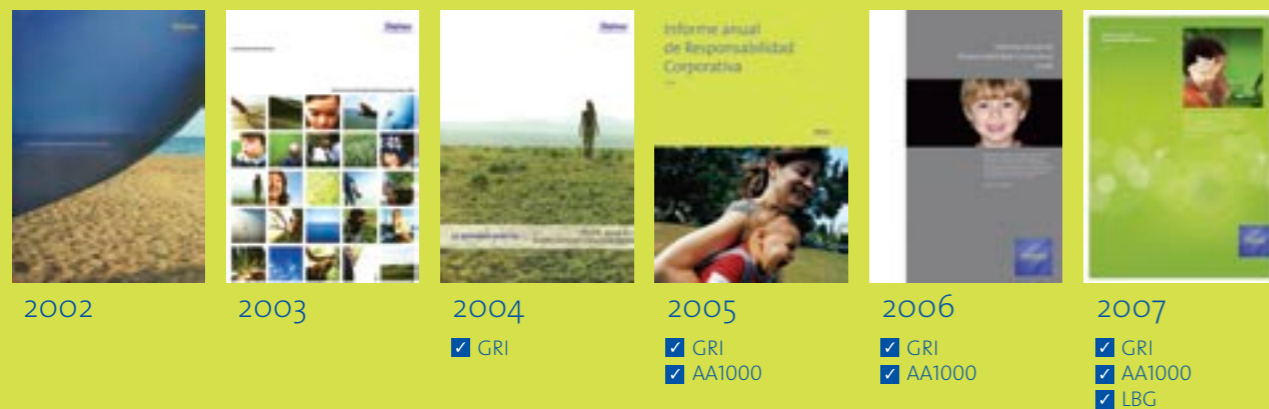


“Queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y la comunicación.”

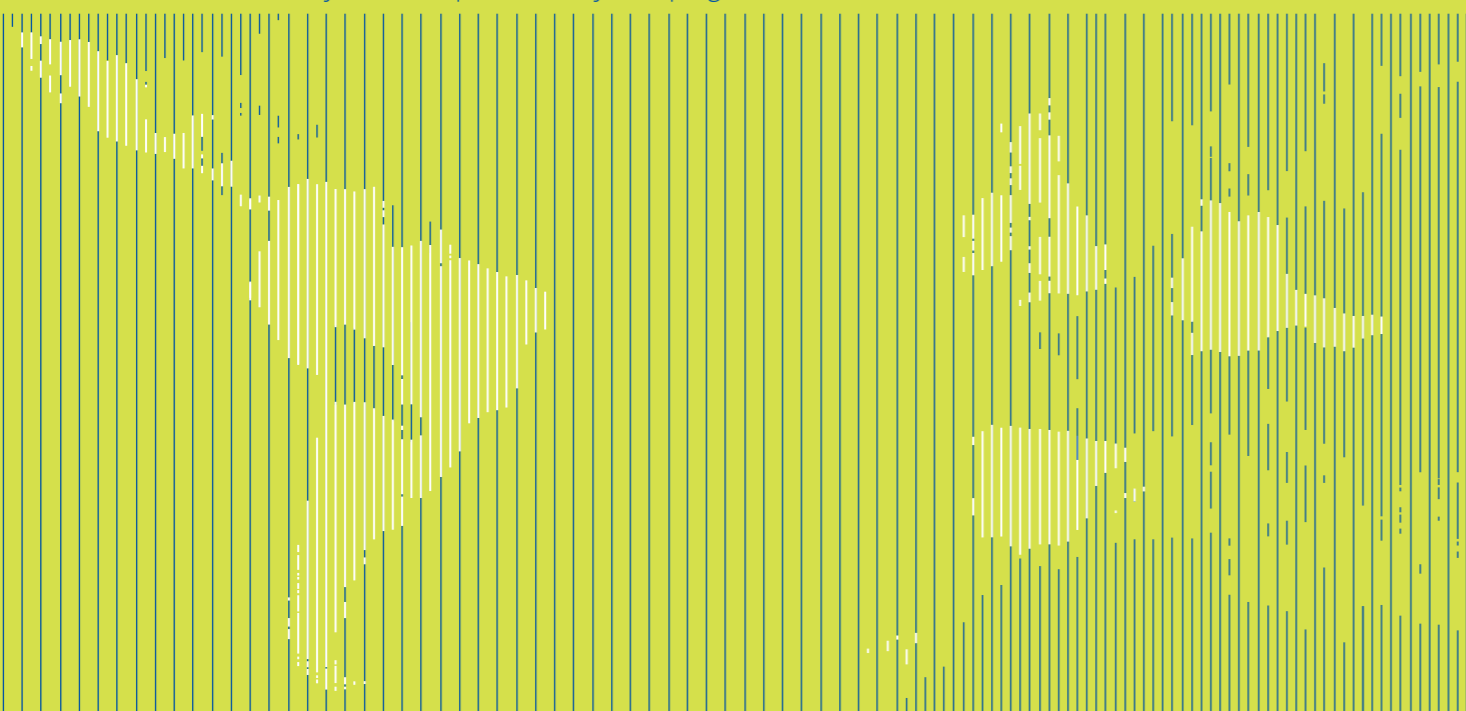
Espíritu de Progreso

Telefonica

Informes de Responsabilidad Corporativa de Telefónica



Nuestros informes de Responsabilidad Corporativa presentan y cuantifican el impacto social, económico y medioambiental de nuestra actividad en los países en los que operamos, describiendo las iniciativas y los retos que contribuyen al progreso de estas comunidades.



(): Primer informe publicado
 ✓: Verificación 2007

Índice

Carta de César Alierta	2
Carta de José María Álvarez Pallete y Francisco Gil Díaz	3
Motor de progreso	4
Ahora	6
Telefónica en México	8

Empresa Responsable

Principios de Actuación	12
Satisfacción del Cliente	14
Producto	16
Atención al Cliente	17
Respeto a la Competencia	19
Empleados	20
Satisfacción de Empleados	21
Compras Responsables	23
Medio Ambiente	24

Progreso Responsable

Inclusión Digital	30
Uso Responsable de las TIC	33

Acción Social y Cultural

Proniño	38
Voluntariado Corporativo y EducaRed	40
Forum y Arte y Tecnología	41

Indicadores Clave de Responsabilidad Corporativa	43
Retos 2008	45
Tablas GRI	47
Verificación Independiente	48

Este Informe presenta y cuantifica nuestros impactos sociales, económicos y medioambientales correspondientes al ejercicio 2007, y establece nuestros retos de mejora para el año 2008. Al mismo tiempo, en el documento describimos nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa y la forma de ejecutarla.



Para más información sobre la Responsabilidad Corporativa en Grupo Telefónica:
www.telefonica.es/rco7

Carta del Presidente

César Alierta
Presidente
Ejecutivo,
Telefónica S. A.



Querid@ amig@,

Telefónica ha cerrado el ejercicio 2007 con unos resultados espectaculares. Hemos conseguido ganar la confianza de más de 228 millones de accesos de clientes y gestionar nuestros recursos de forma muy eficiente. Como resultado, nuestro beneficio ha crecido un 43%. Esto se ha visto reflejado en el 42% de remuneración que han recibido nuestros accionistas.

En el ejercicio 2007 también ha sido muy importante el esfuerzo de Telefónica por ser una compañía más responsable respecto a sus grupos de interés.

En primer lugar, la Responsabilidad Corporativa (RC) forma parte de los planes estratégicos de nuestras operaciones en España, Europa y América Latina a través de la aplicación de nuestra visión "espíritu de progreso". Nuestros profesionales se han esforzado por impulsar iniciativas para mejorar la vida de las personas o el desarrollo de la sociedad a través de nuestra tecnología.

En los próximos ejercicios nos hemos marcado objetivos ambiciosos de mejora en la satisfacción del cliente y del clima laboral en Telefónica.

En segundo lugar, hemos impulsado la aplicación de los Principios de Actuación en todas las actividades de la Compañía. No sólo han recibido formación sobre nuestro código ético más de 36,000 profesionales, sino que además se han desarrollado importantes iniciativas y definido políticas para asegurar un comportamiento responsable en materia de publicidad; protección del menor; respeto a la protección de datos; gestión medioambiental; accesibilidad de las personas con discapacidad; cumplimiento de estándares éticos por parte de la cadena de suministro; control de spam. Además, el objetivo es formar al 80% de nuestros profesionales en los próximos doce meses.

La tercera línea de actuación en RC que hemos desarrollado en 2007 se centra en incentivar que nuestros clientes hagan uso adecuado de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías. Queremos informarles acerca de cómo fomentar un uso seguro por parte de los menores; cómo reciclar los terminales; cómo proteger su ordenador de virus, etc. En este sentido, hemos comenzado comunicaciones en facturas, página web, folletos, tiendas... que serán distribuidas masivamente a lo largo de 2008.

Telefónica también contribuyó a reducir la brecha digital con inversiones en infraestructuras, formación en las TIC, servicios para rentas bajas y personas con discapacidad, y educación en el uso de la tecnología a través de programas como EducaRed de Fundación Telefónica.

Adicionalmente, aspectos como la alfabetización digital, la salud, la administración electrónica o los medios de comunicación fueron tratados en distintas publicaciones y eventos promovidos por Telefónica, como el II Encuentro Iberoamericano de TIC y Objetivos del Milenio. Y por último, hemos llevado a América Latina el mayor evento mundial de Internet, la Campus Party.

En quinto y último lugar, Telefónica ha mantenido su compromiso con la educación y con las necesidades sociales a través de su inversión en acción social, que en 2007 se acercó a los 90 millones de euros de acuerdo a los criterios de London Benchmarking Group (LBG). No quiero dejar de destacar el programa Proniño de Fundación Telefónica, que ha duplicado los niños beneficiados, alcanzando a 52,000. En 2008, queremos que más de 100,000 niños puedan ser escolarizados y sacados de esa lacra que es el trabajo infantil.

Un año más, también, quisiera dejar constancia del compromiso firme que Telefónica tiene con el Global Compact de Naciones Unidas, así como con el cumplimiento de sus principios.

Quisiera, para terminar, reafirmar nuestro compromiso de mejora continua en este informe de RC, que publicamos a escala local en los países donde operamos; y dar mi más sincero agradecimiento a los grupos de interés que, con sus opiniones y sugerencias, nos han ayudado a avanzar en la consecución de nuestra visión.

César Alierta
Presidente Ejecutivo, Telefónica S.A.

Carta de los Directivos

José María
Álvarez-Pallete
y Francisco
Gil Díaz



Telefónica une a millones de personas. Un vínculo de esta naturaleza acarrea una importante responsabilidad. Es por este motivo que la Responsabilidad Corporativa es parte esencial de nuestro objetivo y de nuestra actividad empresarial.

En este segundo Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, Telefónica México presenta las actividades e iniciativas relacionadas con nuestro compromiso con la comunidad. Este año hemos dado un paso más y este informe se ha realizado siguiendo las directrices de Global Reporting Initiative (GRI) y del estándar AA1000-AS.

El mercado de telecomunicaciones de México, cada vez más abierto y competido, nos ha permitido desarrollar nuestro modelo de negocios y dispersar así entre cada vez más personas los beneficios de la más avanzada tecnología de comunicación. De esta forma, al cierre de 2007 contamos con 12.5 millones de usuarios, en tanto que nuestra red cubre más de 77,500 poblaciones y 68 mil kilómetros carreteros.

Los resultados son alentadores, pero no ha sido fácil competir en un entorno sin apertura plena a la competencia. Sin embargo la calidad de nuestros productos y servicios, la oportunidad de nuestras ofertas y promociones, la atención esmerada a nuestros clientes y el trabajo esforzado de nuestros colaboradores han servido para superar obstáculos y vencer contrariedades.

A lo largo de esta batalla por los mercados no perdemos de vista nuestra responsabilidad social. Buscamos generar empleos, invertir productivamente, compartir los avances de la tecnología y hacer la vida más llevadera para millones de mexicanos.

Esto es un reflejo de la visión que nos moviliza: "ESPÍRITU DE PROGRESO - Queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores basados en tecnologías de la información y comunicación".

Esta visión es al mismo tiempo un desafío, donde la Responsabilidad Corporativa cumple un rol fundamental, ayudándonos a desarrollar la habilidad de gestionar en todas las áreas de manera responsable y sostenible.

Por este motivo y como marco de actuación, se aprobaron los Principios de Actuación del Grupo Telefónica. Los Principios nos orientan en nuestro actuar cotidiano y nos ayudan en la definición de políticas en las diferentes áreas de la compañía: compras responsables, publicidad responsable, protección del menor, gestión ambiental integral, fortalecimiento de la accesibilidad a los servicios por parte de las personas con discapacidad, y mucho más.

La responsabilidad social en Telefónica México es tarea de sus empleados y de sus voluntarios. Destaca en dicho ámbito lo realizado este último año en el Programa Proniño, programa que persigue la erradicación de la explotación infantil y que al cierre de 2007 duplicó el número de niños beneficiados directa e indirectamente alcanzando la cifra de 15 mil 891 niños.

También en 2007 pusimos foco en mejorar nuestro comportamiento medioambiental, desarrollando acciones orientadas al control de nuestras emisiones y al reciclaje. Estas actuaciones se refuerzan con la definición del Plan Estratégico de Medio Ambiente del Grupo Telefónica, cuya implantación se realizará a lo largo de 2008.

Todo lo expuesto y lo que se detalla en este informe es parte de nuestro compromiso con el desarrollo del país y de las personas y las comunidades en las cuales actuamos, compromiso para hacer las tecnologías de la información y comunicación más accesibles a todos. No obstante el extenso camino recorrido, tenemos que avanzar mucho más. Para cumplir con este desafío contamos con la extraordinaria calidad humana y técnica de quienes trabajan en movistar y con nuestro compromiso social corporativo.

Gracias a todos, mucho se ha logrado pero el futuro será aún mejor.

José María Álvarez-Pallete
Director General
de Telefónica Latinoamérica

Francisco Gil Díaz
Presidente Ejecutivo
de Telefónica México
y Centroamérica

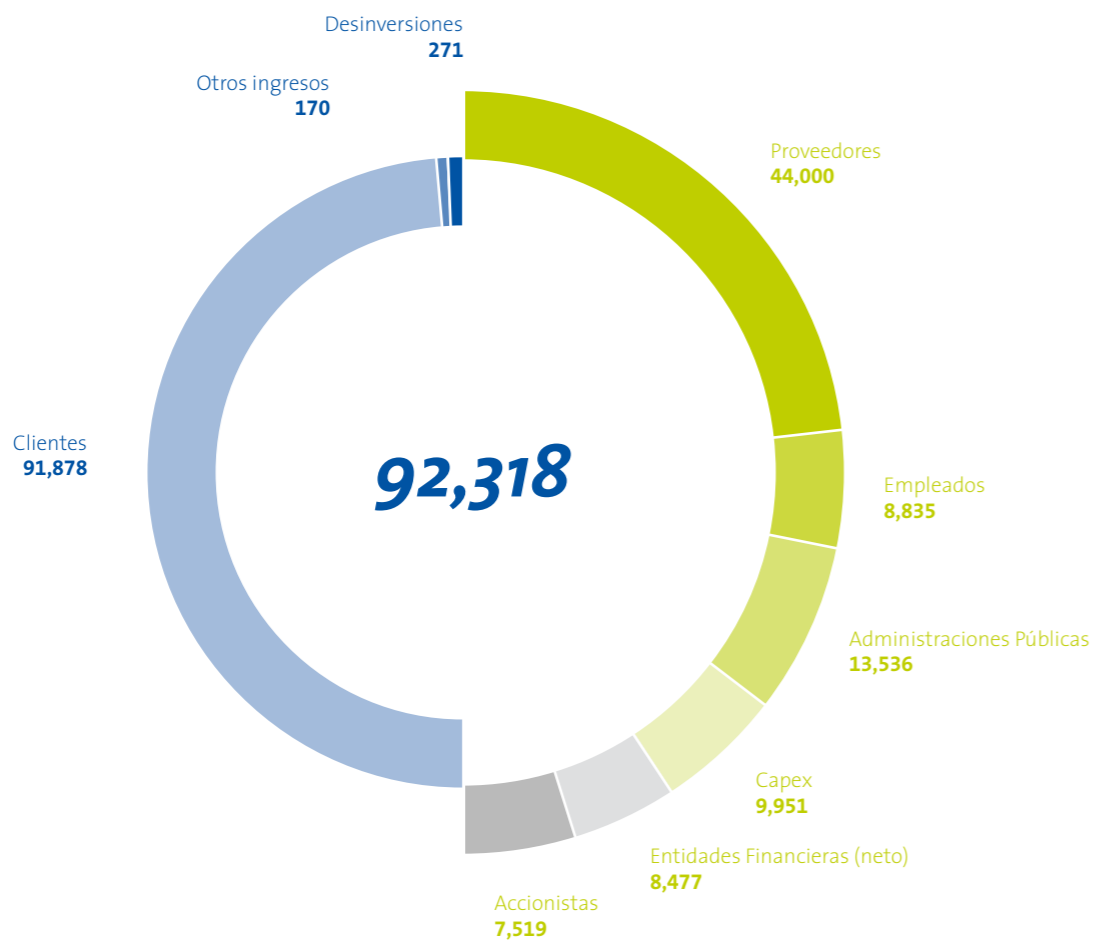
En 2007 generamos ingresos a nivel mundial de más de mil millones de pesos

Propulsores de desarrollo económico, tecnológico y social a nivel mundial

2007 fue buen año para Telefónica, nuestros ingresos ascendieron a más de mil millones de pesos (aproximadamente 67 mil millones de euros), procedentes principalmente de los clientes. Con ello, fue posible generar pagos en distintos rubros: a empleados por más de 96 mil 566 millones de pesos (6 mil 458 millones de euros); a administraciones públicas, por más de 147 mil 959 millones de pesos (9 mil 895 millones de euros); a proveedores, por más de 480 mil 948 millones de pesos (32 mil 664 millones de euros) y a nuestros accionistas, por más de 82 mil 241 millones de pesos (5 mil 500 millones de euros). Éste, es el efecto de creación de riqueza.

De igual forma, destinamos más de 65 mil millones de pesos (más de 4 mil 350 millones de euros) a innovación tecnológica, de los cuales más de 8 mil 882 millones de pesos (594 millones de euros) se invirtieron en Investigación y Desarrollo (I+D).

Esta última acción destacó para la compañía, pues permitió colocarnos como operadores en cuarto lugar a nivel mundial, y en primer sitio, entre las empresas españolas que apostaron en este rubro.



Nota: datos en millones de dólares

La información publicada en esta página ha sido obtenida de fuentes internas de la evolución de caja del Grupo Telefónica, y contrastada por el verificador del informe de RC. Los datos mencionados podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos, que podrían producir modificaciones en su contenido. Dicha información se ha calculado con criterio de pagos, mientras que la información de la página siguiente se expone con criterio de devengo contratado. Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados del Grupo Telefónica, la información auditada está incluida en las cuentas anuales.

Contribución al progreso

PAÍS	IMPACTO ECONÓMICO	INGRESOS/PIB	MAGNITUDES
ESPAÑA	Ingresos: 28,463 Pagos: 10,141 5,077 3,605 3,257	2.0%	Empleados: 53,300 Proveedores: 4,065 (87.7%) Accesos: 46,374
LATINOAMÉRICA			
ARGENTINA	Ingresos: 3,239 Pagos: 1,238 565 643 395	1.3%	Empleados: 21,493 Proveedores: 1,451 (95%) Accesos: 19,471
BRASIL	Ingresos: 11,134 Pagos: 5,632 1,280 4,814 1,487	0.9%	Empleados: 75,839 Proveedores: 3,231 (99.2%) Accesos: 49,000
CHILE	Ingresos: 2,497 Pagos: 1,352 316 339 572	1.6%	Empleados: 14,613 Proveedores: 1,728 (90.7%) Accesos: 9,377
COLOMBIA	Ingresos: 2,168 Pagos: 1,144 175 413 492	1.3%	Empleados: 6,369 Proveedores: 1,430 (89.4%) Accesos: 10,974
ECUADOR	Ingresos: 384 Pagos: 237 33 94 82	0.9%	Empleados: 773 Proveedores: 390 (80%) Accesos: 2,582
EL SALVADOR	Ingresos: 208 Pagos: 111 10 23 40	1.0%	Empleados: 424 Proveedores: 507 (75.7%) Accesos: 1,201
GUATEMALA	Ingresos: 252 Pagos: 141 38 29 53	0.8%	Empleados: 4,550 Proveedores: 601 (80%) Accesos: 2,212
MÉXICO	Ingresos: 2,149 Pagos: 1,371 228 164 315	0.2%	Empleados: 16,589 Proveedores: 1,111 (93.4%) Accesos: 12,538
NICARAGUA	Ingresos: 107 Pagos: 75 8 16 29	1.9%	Empleados: 316 Proveedores: 397 (76.6%) Accesos: 812
PANAMÁ	Ingresos: 237 Pagos: 82 18 37 60	1.2%	Empleados: 496 Proveedores: 500 (80.8%) Accesos: 1,200
PERÚ	Ingresos: 2,060 Pagos: 1,141 423 517 384	2.0%	Empleados: 14,554 Proveedores: 2,143 (89.8%) Accesos: 12,174
URUGUAY	Ingresos: 152 Pagos: 129 10 0.4 21	0.7%	Empleados: 250 Proveedores: 445 (72.8%) Accesos: 1,148
VENEZUELA	Ingresos: 3,324 Pagos: 1,315 185 892 506	1.5%	Empleados: 6,873 Proveedores: 1,130 (89%) Accesos: 10,430
EUROPA			
ALEMANIA	Ingresos: 4,870 Pagos: 2,105 637 40 1,163	0.1%	Empleados: 5,101 Proveedores: 2,179 (94%) Accesos: 13,142
IRLANDA	Ingresos: 1,321 Pagos: 499 148 156 160	0.5%	Empleados: 1,617 Proveedores: 824 (92.5%) Accesos: 1,646
REINO UNIDO	Ingresos: 10,659 Pagos: 7,233 1,067 817 1,138	0.4%	Empleados: 13,221 Proveedores: 7,240 (98.6%) Accesos: 18,453
REPÚBLICA CHECA <small>Incluye Eslovaquia</small>	Ingresos: 3,055 Pagos: 510 349 599 384	1.8%	Empleados: 9,049 Proveedores: 481 (87.2%) Accesos: 8,517

Nota:
Ingresos, gastos de personal, pago de impuestos en el país, compras e inversiones (Capex) en millones de dólares.
Ingresos correspondientes a todas las unidades de negocio de Telefónica en el país.
Empleos: Empleados directos del Grupo Telefónica en el país (plantilla física a 31 de diciembre de 2007).
Proveedores: Proveedores que fueron adjudicados en el país en 2007.
El % entre paréntesis representa el % adjudicado a proveedores locales (porcentaje de adjudicaciones realizadas a proveedores domiciliados en el país sobre el total de adjudicaciones, basado en el volumen de adjudicación).
Accesos: Equivale al número de accesos fijos + móviles + ADSL + TV (miles).
Ingresos TEF / PIB: Ratio entre los ingresos de Telefónica (aportación del país al consolidado de ingresos del Grupo Telefónica) y el PIB estimado para el país (Fuente FMI).
Tipo de cambio utilizado para convertir las cuentas de pérdidas y ganancias y el CapEx de las sociedades extranjeras del Grupo a euros.
1,368 Dólar USA/Euro a 31/12/07 y 1,255 Dólar USA /Euro a 31/12/2006.

Ahora

La operación está enfocada en atender las necesidades de nuestros clientes

“Ahora”... camino al 2009

Crucial para Telefónica Latinoamérica, con “Ahora...aún más, aún mejor” marcamos nuestra línea de actuación para los próximos tres años.

En marzo de 2007 lanzamos el programa “Ahora” en México, un programa regional con claros objetivos de transformación para 2009.

Las cuatro caras del “Ahora”

“Ahora” está articulado en cuatro ejes complementarios: colaboradores, clientes, sociedad y accionistas, los cuales manifestaron nuestras prioridades.

Cientes “Ahora, aún más cercanos”

Los clientes son la base de nuestro crecimiento, por ello queremos convertirlos en nuestros “fans”, a través de un servicio de calidad diferencial. Nuestro reto es contar con un índice de satisfacción al cliente, mayor al de la competencia.

Empleados “Ahora, aún más oportunidades”

Como colaboradores de Telefónica, somos factor clave para cumplir con nuestro compromiso con los clientes, con la sociedad y los accionistas. Nuestro reto es ser una de las mejores empresas para trabajar.

Sociedad “Ahora, aún más comprometidos”

Nuestro reto es ser la primera empresa en el ranking de reputación corporativa del sector y convertir a la sociedad en donde operamos en nuestro aliado estratégico.

Accionistas “Ahora, aún más valiosos”

Demostrar a nuestros accionistas que invertir en Latinoamérica es una buena opción, y que invertir en Telefónica es la mejor. Esto lo conseguiremos cumpliendo con nuestros compromisos de aumento en el número de clientes, porcentaje de mercado e ingresos.



“Asegurar la **mejor experiencia de cliente** a través de soluciones innovadoras adaptadas a las necesidades y posibilidades económicas de los clientes”



“Ser la mejor empresa para los empleados ofreciendo **oportunidades de desarrollo** a todos los niveles en un **entorno meritocrático**”



“Impulsar el **progreso social** a través de las telecomunicaciones, actuando de un modo **socialmente responsable** en todo lo que hacemos”



“Reforzar el perfil de crecimiento y rentabilidad de Telefónica gracias a una estrategia decidida de:

- **Crecimiento en accesos y en ARPU**
- **Mejora de la eficiencia**”



Crecimos 46.6% la cartera de clientes

Nuestra actuación como operadores de Grupo Telefónica se consolidó de forma ascendente en 2007 y la apuesta que hicimos en territorio nacional definitivamente superó expectativas al invertir 3 mil 400 millones de pesos y diseñar una estrategia de crecimiento enfocada exclusivamente: a satisfacer al cliente y a lograr la mejor cobertura en la red GSM.

Nuestra base de clientes aumentó de forma considerable, al cierre del año registramos 12.5 millones de usuarios, logrando mantenernos como el segundo operador de telefonía móvil en México.

A pesar de que el mercado de las telecomunicaciones en nuestro país es controlado por una sola compañía, en Telefónica México nos mantuvimos firmes con nuestra solicitud de libre apertura, pues se trataba de un factor determinante para propiciar el desarrollo de las telecomunicaciones en México y así lograr un mayor progreso económico, tecnológico y social.

A principios de 2008 anunciamos que, por encima de nuestro competidor directo, serían destinados mayores recursos para la expansión de la red en el país; invertimos en redes y equipos, reafirmando el compromiso y la propuesta de excelencia operativa.

Soluciones y servicios

En Telefónica México somos innovadores, somos pioneros en el desarrollo de servicios, como el envío y recepción de mensajes cortos y mensajes multimedia, mensajes de texto a voz, e-moción (portal WAP), chat, correo electrónico, localizador vehicular y de personas, entre otros.

Ofrecemos soluciones para la pequeña y mediana empresa, contribuyendo con el aumento de competitividad y calidad del mercado nacional.

Contamos con servicios de valor agregado, que hoy día constituyen una de las características más notables en el mercado de las telecomunicaciones. Su desarrollo ha sido explosivo y en ellos tenemos la oportunidad de seguir cumpliendo con nuestro compromiso de ofrecer soluciones de comunicación al alcance de todos, que los beneficien totalmente, que simplifiquen y atiendan sus necesidades, que faciliten su comunicación.

Somos Telefónica

En Telefónica estamos comprometidos con la sociedad y el mercado, a través de:

Fundación Telefónica, con los programas Proniño, EducaRed, Arte y Tecnología, Forum y Voluntarios, gestiona la filantropía de la empresa.

Telefónica I+D (Investigación y Desarrollo), la cual tiene como objetivo desarrollar e implantar productos y servicios innovadores para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Atento, una filial que ofrece servicios de atención telefónica a compañías en el país.

Terra, un servicio a través del cual se proporcionan contenidos para Internet.

Grupo de Telecomunicaciones Mexicanas (GTM), otra de las filiales de Telefónica España, la cual ofrece los servicios de telefonía fija.

Reconocimientos en 2007

PREMIO O RECONOCIMIENTO	DESCRIPCIÓN
Certificado de Gestión de Calidad ISO 9001, para toda la empresa a nivel nacional, otorgado por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)	Refrendamos el compromiso de ofrecer estándares de calidad altamente competitivos a favor de los clientes. Nos convertimos en el primer y único operador de telefonía móvil en el país que se certifica bajo la Norma ISO-9001:2000. Nuestra política de calidad obedece a un compromiso permanente en la excelencia en el servicio y la atención a los clientes. Asimismo, fuimos la primera operadora de Latinoamérica que obtiene un certificado en Gestión Ambiental ISO 14001.
Empresa Socialmente Responsable 2007, otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)	Por quinto año consecutivo, obtuvimos el distintivo ESR, el cual acredita que Telefónica México asume voluntaria y públicamente el compromiso de una gestión responsable como parte de su cultura y estrategia de negocio. Esto implica que la compañía considera las expectativas y necesidades de todos sus grupos de interés, en los ámbitos económico, social, humano y ambiental, al tiempo que demuestra el respeto y difusión de valores éticos para la construcción del bien común.
Posición 42 de las Mejores Empresas para Trabajar en México 2007 otorgada por <i>Great Place to Work Institute</i>	La clasificación se determinó como resultado de la encuesta aplicada a colaboradores de Telefónica México. Un estudio que mide aspectos como liderazgo del jefe inmediato, claridad en la comunicación y colaboración, entre otros. Es la primera vez que Telefónica México se ubica dentro de las 100 mejores empresas para trabajar en el país. Este reconocimiento es otorgado por <i>Great Place to Work Institute</i> .
"Ángel a la Creatividad en Radio", otorgado por el Consejo Directivo de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM)	Reconocimiento por la trayectoria publicitaria radiofónica de movistar. El Premio de la ARVM es considerado el mayor galardón en la industria radiofónica en el país y se entrega en nombre de las 52 emisoras que integran esta Asociación. Otros de los premios que se han recibido por la eficiencia e innovación de sus estrategias de mercadotecnia, publicidad y comunicación son: Effie 2004, Ángel a la Creatividad en Radio y Trofeo Mercaz.o, ambos en 2004; Eagle Award, como Cliente del Año en 2005; Primera Entrega de los Premios Creer en 2006 y Premio AMIPCI, por su innovación en la página de Internet.
Reconocimiento a la campaña "Sí al Cliente", otorgado por la Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales (AMCO)	Distintivo obtenido por la forma de administrar la Comunicación para Campañas Internas, en específico por la llamada "Sí al Cliente", por ser una campaña que motivó a nuestros colaboradores para ofrecer siempre un servicio interno y externo de excelencia. Con ello, refrendamos nuestro compromiso de ofrecer siempre al cliente una experiencia única, "un servicio de película".
Reconocimiento a la revista Interna "Somos Gente movistar", otorgado por la Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales (AMCO)	Los objetivos del premio AMCO son: reconocer las mejores prácticas de comunicación empresarial, promover el desarrollo de habilidades bajo parámetros competitivos y con una alta exigencia, y mejorar el profesionalismo entre los comunicadores. A través de la revista interna "Somos Gente movistar", nuestras habilidades de comunicación en publicaciones fueron resaltadas y conforme al espíritu de innovación, ofrecimos un cambio en la comunicación hacia los colaboradores.
"Distintivo H", otorgado por Eurest Proper Meals, S.A. de C.V.	Por segundo año consecutivo recibimos esta certificación impulsada por la Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Salud y que forma parte del programa que tiene por objetivo disminuir la incidencia de enfermedades transmitidas por los alimentos (ETA), así como mejorar la imagen internacional de México en materia de prevención y control de éstas. La obtención de este reconocimiento significa que alcanzamos niveles de calidad, seguridad e higiene que garantizan la integridad física de los consumidores.
Posición 62 para Atento de las Mejores Empresas para Trabajar en México 2007 otorgada por el <i>Great Place to Work Institute</i>	El reconocimiento se otorga tras el resultado de un riguroso proceso de análisis y evaluación de las opiniones de los colaboradores y la cultura corporativa de Atento México. Este análisis nos da a conocer el nivel de confianza entre los jefes inmediatos que asumen su liderazgo y los colaboradores que llevan a cabo interacciones positivas en el lugar de trabajo, generando una comunicación clara que alienta a crear exitosas relaciones de colaboración entre las personas en todos los niveles de la empresa. Es la segunda vez que Atento México es ubicado dentro de las 100 mejores empresas para trabajar en el país.



Empresa Responsable

Principios de Actuación	12
Satisfacción del Cliente	14
Producto	16
Atención al Cliente	17
Respeto a la Competencia	19
Empleados	20
Satisfacción de Empleados	21
Compras Responsables	23
Medio Ambiente	24

Principios de Actuación

En Telefónica México el 98.28% de nuestra plantilla media está formada en Principios de Actuación.

Fomentando nuestra cultura corporativa

Para Telefónica, es fundamental que nuestro desempeño se mantenga entre los más altos niveles de servicio, desarrollo y crecimiento. Desarrollarnos bajo un mismo eje, bajo un mismo canal de trabajo, es el compromiso que asumimos como integrantes de la compañía. A través de la capacitación y la formación continua, es posible fomentar y construir una cultura corporativa con identidad propia.

Como resultado de nuestra visión, 2 mil 231 colaboradores, aproximadamente el 98% de la plantilla, recibieron formación y capacitación con el modelo de gestión de los Principios de Actuación, los cuales contemplan: la implicación de los empleados, el establecimiento de políticas que aseguren su cumplimiento y el control interno.

Implicación

Ratificación

En mayo de 2007, una vez aprobados por el Consejo de Administración, Telefónica México ratificó los Principios de Actuación en los propios Órganos de Gobierno, incorporándolos como nuestro código de conducta y derogando los códigos hasta entonces existentes.

Asimismo, Atento aprobó los Principios de Actuación, inspirados en los propios de Telefónica.

Comunicación interna

En Telefónica es importante que para el desarrollo de actividades, planes y propósitos, realicemos una comunicación directa y eficaz, al final ésta es la que marca la diferencia.

Al emplear canales de comunicación como la revista interna "SOMOS" y la Intranet, entre otros; logramos difundir la importancia y el significado de trabajar de acuerdo con lo establecido en los Principios de Actuación, desarrollamos una comunicación personal, de la alta dirección hacia los colaboradores, entendiendo claramente lo señalado en esta nueva ideología corporativa.

Los Principios de Actuación están desarrollados y disponibles para su consulta en tres idiomas: inglés, castellano y portugués.

Formación

Las actividades formativas son una tarea básica para todos los que colaboramos en Telefónica. A partir de 2007, incluimos como obligación corporativa la toma de cursos on line para nuestra formación, a través de ello es posible:

- Conocer la relación entre la Visión, los Valores y los Principios de Actuación.
- Entender la importancia de la existencia de los Principios básicos de Actuación.
- Saber cómo beneficiar la imagen de marca, la cultura y el clima.

En México, 2 mil 231 colaboradores recibimos la formación sobre los Principios Actuación. Esta cifra representa más del 98 por ciento de la plantilla media de la compañía.

Como Grupo Telefónica, la formación se impartió a un total de 35 mil 949 colaboradores.

Cabe señalar que a cada nuevo integrante de la compañía, desde su inducción se le habla de los Principios de Actuación y se le hace énfasis del valor y el compromiso que debe asumir al formar parte de la comunidad Telefónica.

Normativas asociadas

En Telefónica, todos debemos actuar conforme lo dictan los Principios de Actuación para que nuestras actividades influyan directamente sobre los distintos grupos de interés. Por ello, fue necesaria la aprobación de la Normativa de Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro, así como la Normativa de Contratación de Proveedores Socialmente Responsables.

Además, se impulsaron otras iniciativas en las cuales ya trabaja Grupo Telefónica para establecer líneas que correspondan con la protección de datos, con la publicidad responsable, con el cuidado ambiental y al fomento y educación en el uso responsable de las telecomunicaciones por parte de los menores.



Control interno

Para saber si se lleva a cabo lo que señalan los Principios de Actuación, uno de los pilares de este modelo de gestión se refiere al control del cumplimiento y la verificación del grado de implantación en todo Grupo Telefónica, así como también al cumplimiento de las normativas corporativas derivadas.

Nuestro objetivo para 2008 es certificar el grado de cumplimiento de la formación y posteriormente la verificación de las normativas aprobadas.

Oficina y Buzón de Principios de Actuación

Grupo Telefónica creó la Oficina como un espacio para ocuparse, entre otras cosas, de la difusión de los Principios de Actuación, sus respectivas políticas y controles para su cumplimiento. Adicionalmente, gestiona las preguntas e inquietudes de empleados, proveedores y socios.

Esta Oficina está integrada por un representante de las áreas de Recursos Humanos, Auditoría Interna, Secretaría General y Jurídica además de la Secretaría General Técnica de la Presidencia, así como del propio responsable de dicha oficina.

Por otra parte, contamos con el Buzón, en el cual los empleados, proveedores y socios pueden hacer consultas y sugerencias, ya sea de manera personal o anónima, sobre las acciones que no estén alineadas con los Principios de Actuación. Durante 2007 no hubo incidentes sobre discriminación de ningún tipo ni violación de los derechos indígenas.

Principios Generales de Actuación

Honestidad y confianza

- Seremos honestos y dignos de confianza en todas nuestras negociaciones y cumpliremos los compromisos adquiridos.
- Protegeremos la confidencialidad de la información de la compañía que nos ha sido confiada, así como la relativa a clientes, accionistas, empleados o proveedores.

Respeto por la ley

- Velaremos por el cumplimiento de todas las legislaciones, normativas y obligaciones regulatorias, tanto nacionales como internacionales.
- Competiremos de forma íntegra en nuestros mercados.

Integridad

- En ningún caso ofreceremos o aceptaremos regalos, invitaciones, prebendas u otro tipo de incentivos que puedan recompensar o influir en una decisión empresarial.
- Evitaremos o declaramos cualquier conflicto de intereses que pueda anteponer prioridades personales a las colectivas.
- Nos comportaremos con rectitud, sin buscar en ningún caso beneficio propio o de terceros a través del uso indebido de nuestra posición o nuestros contactos en Telefónica.
- Actuaremos institucionalmente con absoluta neutralidad política y nos abstendremos de cualquier toma de posiciones, directa o indirecta, a favor o en contra de los procesos y actores políticos legítimos.
- En particular, no efectuaremos donaciones de ningún tipo a partidos políticos ni otro tipo de entidades públicas o privadas cuya actividad esté claramente vinculada con la actividad política.

Derechos Humanos

- Respetaremos los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, así como las declaraciones de la Organización Internacional del Trabajo.
- Impulsaremos la igualdad de oportunidades y trataremos a todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares.

Satisfacción de Clientes

Enfocamos la operación hacia la atención de las necesidades de nuestros clientes

Aumentamos la satisfacción de nuestros clientes hasta los 8.71 puntos

Ser líderes en el índice de "Satisfacción de Clientes" es nuestro reto hacia el 2009

Clientes satisfechos son nuestra motivación

Lograr que la cartera de clientes aumentara de manera significativa en 2007 lo atribuimos principalmente al trabajo en equipo, desarrollado sobre cuatro ejes:

- Innovación
- El cliente como centro del negocio
- Ofertas más atractivas
- Mejor cobertura GSM

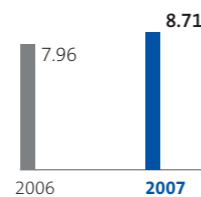
Trabajar de acuerdo a estos rubros, nos dio la oportunidad de interactuar con el cliente, de conocerlo, de detectar sus necesidades inmediatas para brindarle un servicio de calidad, con productos y precios competitivos. Esta dinámica fue clave, fue la que nos condujo positivamente en la consecución de los resultados, los cuales reflejaron un crecimiento en el Índice de Satisfacción de Clientes (ISC); en 2006 el registro fue de un 7.96 sobre 10 puntos; en 2007 la cifra aumentó, logramos un 8.71.

El proceso para llegar a la excelencia operativa, a la satisfacción y la lealtad de los clientes, nos ubica como la operadora que mayor atención y dedicación aportó, sobre todo al compararnos con lo realizado por la competencia durante 2007.

Cabe resaltar que este logro es atribuible al esfuerzo y el ímpetu impuesto por el área de atención telefónica, principalmente por las acciones y estrategias llevadas a cabo con los equipos de trabajo de los centros de atención a clientes.

Otro de los elementos clave de la satisfacción de nuestros clientes es asegurarles que la información que nos proporcionan está fuertemente resguardada. De hecho, no tenemos ninguna reclamación en relación al respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.

EVOLUCIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE



Acciones para mejorar

Solución

Otro de los elementos en los que se replanteó la forma de ofrecer el servicio, tuvo que ver con los Estados de cuenta, una herramienta de mucho valor para el cliente si consideramos que contiene el detalle de su información. Para resolver las inconformidades generadas sobre este documento, diseñamos un mecanismo más claro, ágil y accesible.

La entrega final es ahora una verdadera solución para el cliente; con las correcciones realizadas optimamos el recurso. Entre las modificaciones aplicadas, tenemos:

- Análisis de las quejas tipificadas como "Facturación y Tasación" en el gestor de contactos, para verificar las incidencias reportadas por los clientes y así tomar acciones para minimizarlas. Esto nos permite canalizar las quejas a las áreas correspondientes y atenderlas desde raíz.
- Actualización del proceso de facturación (impresión, balance y promociones), con el fin de eliminar errores propios del sistema informático de facturación.
- Aumento de los índices de control de calidad de los sistemas, para asegurar el correcto cobro de los servicios.
- Disminución del tiempo de impresión de los estados de cuenta, para entregarlos anticipadamente.
- Inclusión de códigos de barra en las facturas impresas, para acelerar el proceso de clasificación y de entrega al cliente.
- Renovación del diseño de las facturas impresas y sus sobres, con una imagen más atractiva y de mayor confidencialidad en los datos.
- Nuevo servicio, incorporación de una herramienta más práctica, ahora podemos enviar facturas por correo electrónico o fax, las solicitudes se realizan desde el sitio de Internet www.movistar.com.mx.

Con estas acciones, fue posible que de las más de 90 mil inconformidades registradas por problemas de facturación, el 87.1 por ciento las resolviéramos conforme al tiempo de respuesta establecido por la compañía, de 24 horas como máximo.

Asimismo, para agilizar los procesos de facturación y también como una medida para contribuir en la preservación del medio ambiente, planteamos que a partir de 2008 este servicio fuera por medio del envío electrónico de facturas, con lo cual evitaríamos la impresión masiva del documento.

Innovación

El lanzamiento de productos innovadores durante 2007, nos afianzó como una compañía que simplemente ofrece lo mejor. Diseñados para facilitar la comunicación entre nuestros usuarios, se presentaron un total de 15 novedades, entre productos y servicios.

El más innovador, "movistar T_Conecta", una solución de comunicación que permite el acceso a la más amplia oferta de servicios de información en línea, desde navegar por cualquier portal, hasta revisar el correo móvil, chatear, ingresar a blogs, álbumes multimedia y servicios de descargas para el teléfono móvil. Sin duda, un concepto único en el mercado mexicano, que abre la posibilidad para que miles de personas naveguen por Internet desde el teléfono móvil sin necesidad de pagar una renta mensual obligatoria.

Formación

Una de las iniciativas que, sin duda, destaca por guiarnos de manera efectiva al logro de los objetivos, fue el lanzamiento interno de la segunda fase del curso "Sí al Cliente", que es de las actividades formativas de Telefónica que más relevancia tiene por lo que implica. Su principal función es identificar al cliente como el elemento principal de nuestras acciones, desde cualquier ángulo de la organización. Participar en estos cursos de formación, es más que un requisito, es la base de de nuestro desempeño.

Asimismo, herramientas como el *Customer Relationship Management*, *On line Customer Plan* y *We Do*, son actividades complementarias y de apoyo para mejorar el servicio de atención al cliente, con el objetivo único de satisfacer sus necesidades.

Satisfacción de Clientes

Producto

Efectividad en la red GSM de 97.8%

Telefónica México, la primera y única operadora de telefonía móvil certificada en la norma de Gestión de Calidad ISO 9001:2000

De acuerdo con lo que señalan nuestros Principios de Actuación de Telefónica: "Ofreceremos a nuestros clientes productos y servicios innovadores confiables, con buena calidad y un precio justo". Para lograrlo y ser coherentes seguimos los estándares internacionales más reconocidos.

Calidad: clave para la excelencia operativa

Ofrecer servicio a 12.5 millones de clientes es posible cuando existe coordinación y eficiencia operativa entre proveedores, empresas y áreas involucradas; hablamos de trabajar conjuntamente por un mismo objetivo. Conseguirlo no es nada sencillo, para ello la ingeniería interna es fundamental, ya que rige las actividades cotidianas y las relaciones de millones de personas.

Durante 2007 el área de Calidad de Telefónica México, coordinaba, revisaba y buscaba mejoras en todos los procesos internos; ante esta carga inmensa, formulamos una nueva estructura organizacional. Es así como, a finales de este año, se crea la Dirección de Calidad, para aportar mayor valor a la empresa a través del análisis. A esta acción, debemos sumar la elaboración del Plan Anual de Calidad, en el cual establecimos objetivos y metas concretas, con el objetivo de aumentar la satisfacción de los clientes.

En respuesta, como garantía de efectividad final de todos los servicios, logramos la recertificación en ISO 9001:2000, que otorga la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR), en donde avala a Telefónica por un periodo de tres años.

Al obtener certificados de calidad, garantizamos los procesos y procedimientos de la gestión de la empresa; además se confirma que están controlados y estandarizados; permitiendo una mejora en la eficiencia y eficacia de la organización.

Estos certificados son elaborados por entidades externas independientes y se realizan bajo criterios con estándares internacionales, para garantizar un servicio de calidad.

A nivel interno, más de 20 especialistas, de diferentes áreas, están capacitados con técnicas y habilidades de gestión de procesos y de indicadores de desempeño, para que mantengamos un estricto control en los estándares establecidos.

En conjunto, todas estas acciones se reflejaron en la efectividad de la red, en 2007 fue de 97.8 y 2006 de 97.9. Si consideramos que el número de usuarios de otras operadoras que utilizó esta red aumentó un 46.58 por ciento y que se realizaron más de 160 millones de llamadas a otros usuarios, no hay duda de que el nivel de confianza para comunicarse por la red de Telefónica es muy alto.



Satisfacción de Clientes

Atención a Clientes

La mejor atención telefónica

Solución en menos de 24 horas del 99.02% de los reclamos y aclaraciones de nuestros clientes

En Telefónica México nos propusimos ser la compañía con la mejor calidad en la atención de los clientes del mercado mexicano, incluso superando sus expectativas. Excelencia operativa y satisfacción del cliente, la clave para lograrlo.

El cliente y su espacio

Como sabemos, el cliente es el elemento central y atender sus necesidades es la clave, resolverlas es el éxito. Los clientes buscan respuesta inmediata, requieren fluidez, atención y accesibilidad en todo momento. Ante esta prioridad, aumentamos los espacios destinados para la atención a clientes.

Centros de atención a clientes

Como parte de una estrategia inteligente que nos acercara más con los clientes, abrimos nuevos centros de atención en gran parte del territorio. Los ya establecidos fueron remodelados para brindar un servicio ágil, práctico y cómodo.

Asimismo, instalamos canales alternos como los módulos de Atención Virtual dentro de los distribuidores autorizados.

Estas acciones se realizaron como respuesta a las diversas solicitudes registradas.

Centros de Atención Virtual

Para brindar un servicio de atención personalizada, estos módulos ofrecen servicio de videoconferencia, con las siguientes exclusivas:

- AutoAtención: el cliente conoce planes, tarifas, promociones, entre otros; realiza pagos y recargas de tiempo aire con cargo a su tarjeta de crédito.
- AtenciónPersonal: a través de una videoconferencia por Web, el cliente tiene acceso a los mismos servicios del canal telefónico y de las tiendas propias. La herramienta está disponible en los puntos de venta de distribuidores, cadenas de consumo y zonas de alto tráfico.

Tiendas y distribuidores

Nuestra cantidad de tiendas aumentó considerablemente, ahora suman 15 mil 529 en los que se pueden adquirir productos y servicios de Telefónica.

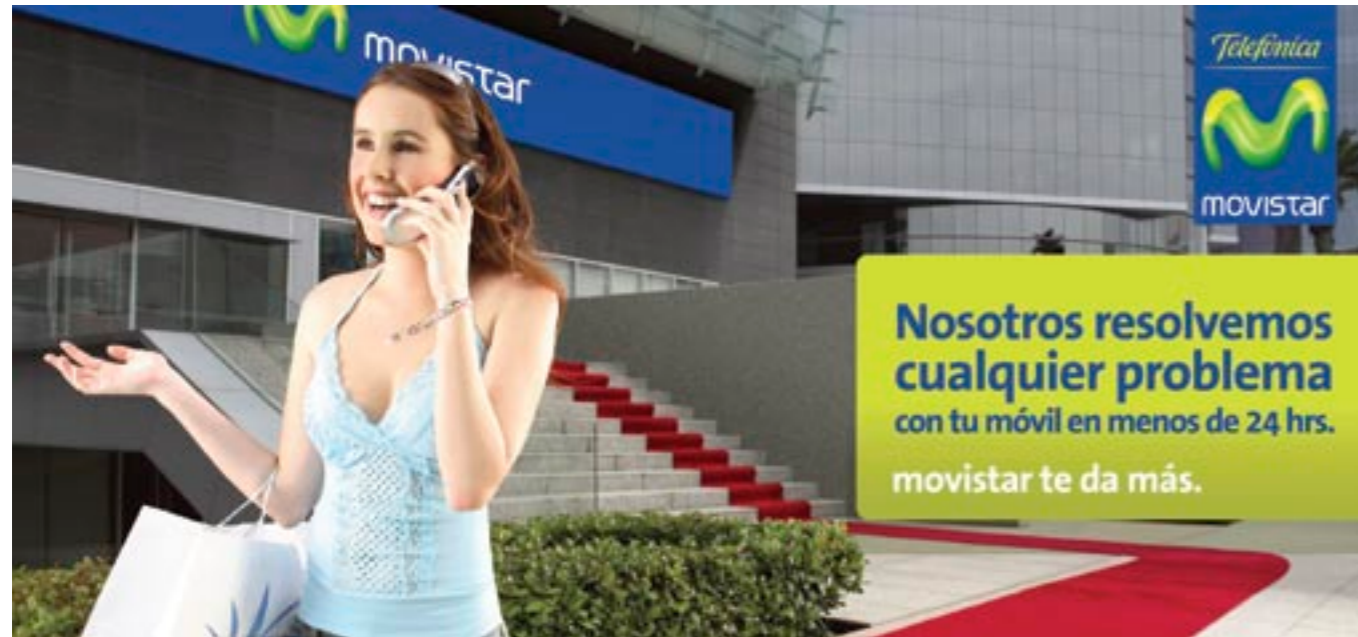
Centros de Atención Telefónica

En 2007 logramos ser la operadora con mayor satisfacción de clientes respecto a la competencia. La atención telefónica es nuestra mayor fortaleza; atendimos 142 mil 639 llamadas telefónicas por sistemas automáticos y 17 mil 559 por otros medios.

Canales en línea

Otro de los canales alternos en los que ofrecemos soluciones al cliente, es el sitio en Internet, una herramienta amigable y muy completa, en donde el cliente encuentra toda la información que requiere. En 2007 registramos más de 51 millones de visitas.





Resultado: clientes satisfechos

Con la excelencia operativa mejoramos la atención al cliente; logramos agilidad, amabilidad y segmentación. De acuerdo con los datos de Pearson, el Índice de Satisfacción en Atención Telefónica promedió una calificación de 8.5; en tanto que Acimsa reportó 9.51 en la Satisfacción en Atención Presencial.

Estos datos tan contundentes nos ubican como la única empresa de telecomunicaciones en México, que no figura dentro de las 10 empresas con mayor número de demandas en la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO).

Transparencia

En Telefónica nos caracterizamos por hablar de forma clara a nuestros clientes, por eso nuestras tarifas siempre incluyen el Impuesto de Valor Agregado (IVA) y en nuestra publicidad y comunicados cumplimos con lo establecido por la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), organismo que defiende los derechos del consumidor en México.

Somos miembros del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, lo que implica que seguimos los lineamientos establecidos en su Código de Ética, que refieren a legalidad, honestidad, decencia, veracidad, dignidad, respeto, justa competencia y bienestar y salud con las que toda pieza publicitaria debe realizarse.

A lo anterior, se suma el cumplimiento de nuestros Principios de Actuación, que establecen que "seremos honestos con nuestros clientes (...). Adicionalmente comprobaremos que nuestros productos cumplen todas las especificaciones requeridas y publicadas". Nos avala no tener ningún incidente ni incumplimiento relativo a las comunicaciones y especificaciones de cualquier tipo exigibles sobre nuestros productos y servicios.

ALFOMBRA ROJA PARA NUESTROS CLIENTES

Con el programa "Alfombra Roja", que tuvo como objetivo elevar la satisfacción de nuestros clientes, se condujo a mejorar desde el interior de Telefónica, la atención que se brindaba. En el proyecto se contemplaron: soluciones inmediatas, múltiples opciones de acceso y atención profesional con calidez.

- Con Movistar, los clientes de prepago y contrato encontrarán soluciones inmediatas a cualquier requerimiento, y como máximo, tendrán respuesta a sus necesidades en un plazo de 24 horas. Resolverán dudas sobre su facturación, consultarán información sobre tarifas y servicios disponibles, obtendrán ayuda para el servicio técnico de terminales dañadas o para hacer la reposición de su tarjeta SIM en menos de cinco minutos.

- La atención a clientes de Movistar, cuenta con múltiples opciones de acceso, está disponible desde el propio teléfono móvil, a través de la marcación *611; en cualquier teléfono fijo a nivel nacional con el 01 800 888 8366; en Internet por medio de la página Web de Movistar (www.movistar.com.mx), o directamente en tiendas propias Movistar en todo el país.

- Calidez, buen trato y atención profesional es lo que siempre recibirán los clientes por parte de los ejecutivos de Movistar, quienes estarán disponibles para atender a quien lo requiera las 24 horas, los 365 días del año.

Satisfacción de Clientes

Respeto a la Competencia

Nuestros Principios de Actuación incluyen la responsabilidad por competir de forma íntegra

Durante 2007, el crecimiento de las telecomunicaciones (11%), consolidó al sector como líder de la economía nacional

Diversos estudios demostraron la contribución de las telecomunicaciones para el crecimiento económico, la inversión, la competitividad, el empleo, la productividad, la integración de comunidades aisladas y el fomento del desarrollo mediante la reducción de la pobreza.

Entorno del mercado

En los últimos años, los esfuerzos en construcción e infraestructura, calidad del servicio y cobertura, se manifestaron de manera muy significativa, incluso han posicionado al sector de las telecomunicaciones como un sector dinámico.

Día a día se está trabajando para lograr que sus beneficios lleguen a todos los ciudadanos pues es claro que la distribución no ha sido la mejor hasta el momento y que no se ha desarrollado una penetración a nivel nacional; hoy, simplemente es muy desigual.

En términos de competitividad, hay un atraso muy notorio que tiene como origen, lo que el Banco Mundial denomina Brecha de Mercado, que identifica la diferencia entre el nivel de penetración y eficiencia que prevalece actualmente y el que se alcanzaría bajo condiciones de un mercado eficiente en un ambiente regulatorio competitivo y estable.

A lo anterior, se suman las barreras de entrada existentes.

Regulación rebasada por la evolución tecnológica y del mercado: aún no se ha alcanzado una regulación competitiva, eficiente ni estable en el sector, lo que propicia que estas barreras inhiban el desarrollo y la capacidad de contribución de las telecomunicaciones a la competitividad del país.

Barreras de entrada: limita el acceso de nuevas empresas al mercado, lo que implica una entrada subóptima de recursos a una industria, afectando de forma decisiva la competitividad y el desempeño de la misma.

Barreras en la entrada de las telecomunicaciones en México: la barrera de entrada más importante en el sector es la existencia de regulaciones sobrepasadas por la tecnología, la realidad del país: inacción del regulador, procesos legales largos y costosos, concesiones y licencias, convergencia en México, asignación de espectro y flexibilidad en el uso del mismo, la interconexión, la numeración y portabilidad numérica y los límites a la inversión extranjera.

Ante esta difícil situación, nuestro accionar se basa en los términos legales establecidos por las normas externas y sus Principios de Actuación, asumidos por propia convicción. A finales de 2007, la participación en el mercado móvil era de 18.1 por ciento sin ninguna sanción por monopolio o por emplear prácticas que vayan en contra de la competitividad que, finalmente, implica la mejora de las telecomunicaciones y de la economía nacional. Asimismo, tampoco tenemos ninguna multa por incumplimiento de la normativa sobre la provisión y uso de nuestros productos y servicios.

Para más información sobre este estudio:
<http://www.telecomcide.org/documentos/White%20Paper%20Telecom-CIDE%202008.pdf>
 y sobre este tema:
www.telecomcide.org

Empleados

Balance
Laboral

Incrementamos nuestra plantilla a 16 mil 589
colaboradores directos

En Telefónica México generamos 16 mil 589 empleos directos, 5 mil 104 más que en 2006

En los países que Telefónica tiene presencia, es reconocida como una empresa que promueve el desarrollo económico y social a través de la generación de empleos, a la vez que procura convertirse en el mejor lugar para trabajar.

Descripción de la plantilla

Grupo Telefónica México se integra por 16 mil 589 colaboradores, de los cuales 81.23 por ciento atienden actividades operativas; 3.91 por ciento realizan labores de apoyo y 9.72 por ciento actividades comerciales. Apostamos por el futuro, la edad promedio de nuestros empleados es de 29 años. Respecto a la proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local, más del 59.45 por ciento de directivos de Telefónica México son locales en línea con nuestro compromiso de desarrollo del talento local. El comité directivo de Telefónica México lo componen 32 hombres y cinco mujeres con una edad promedio de 40 años.

Es importante señalar que de nuestra plantilla total, el 47.56 por ciento son mujeres; 7 son directivas y 144 ocupan mandos intermedios. De esta forma, demostramos nuestro compromiso de integrar cada vez más a la mujer al ámbito laboral, reconociendo sus capacidades, en un ambiente de respeto e igualdad de oportunidades.

Además, nos apegamos a lo dispuesto por la Ley Federal del Trabajo, manteniendo un pacto colectivo con un sólo sindicato y el 78.27 por ciento de nuestros colaboradores está cubierto con contrato colectivo.



Proyecto ESTELA

Nuestra actividad en el país genera además gran cantidad de empleos indirectos que de una forma u otra repercuten en la calidad del servicio que proporcionamos. Comprometidos con el cliente y con el desarrollo de nuestros proveedores, en 2007 se lanzó en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú, el Proyecto ESTELA con el objetivo de formar a nuestros técnicos tercerizados para mejorar simultáneamente su conocimiento y los resultados de su trabajo.

A través de la plataforma Estela los supervisores gestionan la superación continua del técnico en tiempo real con datos objetivos de sus actuaciones; ello les permite identificar las causas y puntos a resolver.

A principios de 2008 comenzó la implementación de este proyecto en México, con el fin de optimizar los recursos de la empresa mediante procesos y políticas definidas, las cuales servirían de apoyo durante la contratación y operación de los servicios tercerizados. De esta forma, las áreas responsables de dichos recursos podrían administrar los tiempos, herramientas y accesos de todo el personal a su cargo.

Lo que buscamos con esta plataforma es generar un canal de comunicación hacia los colaboradores externos para tener una mayor cercanía, enriquecer a la comunidad mediante el intercambio de experiencias, así como para reforzar las capacidades y los conocimientos.

Empleados

Satisfacción
de Empleados

El mejor lugar para trabajar en el sector de las telecomunicaciones, siempre será nuestro objetivo

En 2007, el índice de satisfacción de los empleados de Telefónica México fue de 78.49%

Nuestro compromiso es consolidar en la organización, un liderazgo desafiante que motive y genere compromisos, una cultura de comunicación en un ambiente de colaboración que facilite las sinergias y el trabajo en equipo.

Propuesta de valor

Nuestro objetivo es, posicionarnos como el “Mejor Lugar para Trabajar en México” en el sector de las telecomunicaciones. Por lo tanto, en 2007 desarrollamos e implementamos una propuesta de valor basada en cinco ejes dirigidos a fortalecer e incrementar la satisfacción laboral de nuestros colaboradores.

Oportunidades

En Telefónica promovemos el desarrollo profesional de los colaboradores al brindarles oportunidades a través de distintas iniciativas locales e internacionales. En 2007, entregamos cinco becas para maestrías en el exterior, ofrecidas por la Fundación Carolina; cuatro plazas para la implementación de un proyecto en el extranjero y tres becas para un Master de Telecomunicaciones.

El desarrollo y crecimiento de los colaboradores es fundamental y prioritario para Telefónica, por ello trabajamos en un plan individual de capacitación a nivel local. Esto nos dio como resultado más de 222 mil horas de formación, entre capacitación presencial y virtual a través de nuestra plataforma e-Learning a+. De esta forma, más del 94 por ciento de los colaboradores cuentan con un plan de formación individualizado.

Adicionalmente, las vacantes internas las publicamos de manera semanal, para informar a los colaboradores sobre las oportunidades de crecimiento. Este esquema ha permitido un incremento respecto al año anterior de 72 por ciento en el número de posiciones cubiertas internamente y un aumento del 22 por ciento en promociones internas.

En concordancia con nuestros Principios Generales de Actuación, en Telefónica promovemos la igualdad de oportunidades y el trato justo e imparcial, sin ningún prejuicio. Estos Principios los aplicamos en nuestras actividades diarias, como en los procesos de contratación de personal o la igualdad de salarios entre hombres y mujeres en un mismo nivel.

Gente

Para afrontar de manera exitosa los retos del negocio, trabajamos para profesionalizar las competencias de los mandos medios, a través del “Movistar Leadership Program”, mediante el cual brindamos herramientas de desarrollo para facilitar su gestión.

Para fortalecer la comunicación entre directivos y colaboradores, establecimos los desayunos mensuales, para que todos tuviéramos la oportunidad de exponer inquietudes y dudas sobre temas relevantes de la organización. A estos eventos han acudido aproximadamente mil participantes, es decir, un 40 por ciento de los colaboradores.

Programa Total de Recompensas

Desde 2007 revisamos y redefinimos el esquema de administración salarial, a fin de asegurar que más del 85 por ciento de los colaboradores estén dentro del tabulador de sueldos con un referente claro y objetivo de mercado, ofreciendo equidad interna y competitividad externa.

Con la puesta en marcha del “Balance Score Card” en 2007, obtuvimos un programa integral de Evaluación de Desempeño, enfocado a mejorar el nivel de rendimiento de todos los colaboradores, a través del establecimiento y medición de objetivos alineados a la estrategia de Telefónica, generando con ello información confiable para los procesos de revisión salarial, bono anual, planes de sucesión, promociones, desarrollo organizacional, capacitación y seguimiento de desempeño. Fruto de este esfuerzo, evaluamos al 99.7 por ciento de los colaboradores por competencias.

Como parte de este eje, establecimos también el programa institucional “Reconocimiento – Distinción Telefónica”, diseñado para fortalecer el sentido de pertenencia y orgullo con la organización. De igual forma, a través de éste reconocemos las acciones, logros y comportamientos sobresalientes de nuestros colaboradores en cinco categorías: Sí al Cliente, Logro de Resultados, Valores y Principios de Actuación, Innovación y Calidad en el trabajo. En 2007 más de 250 colaboradores fueron reconocidos mediante este programa.

Calidad de vida

Incrementamos la cobertura del seguro de gastos médicos mayores en un 25 por ciento e implementamos un programa de prevención de accidentes, lesiones y enfermedades laborales, mediante la puesta en marcha del Comité de Seguridad y Salud, que representa al 78 por ciento de los trabajadores. A través de éste, se aplicaron más de mil vacunas gratuitas, 650 pruebas diagnósticas, 650 exámenes de salud y siete campañas de prevención sanitaria. En 2007 se registraron 11 enfermedades profesionales y 153 accidentes laborales, lo que tuvo como consecuencia 396 días perdidos; no hubo absentismo ni mortalidad por causas laborales.

Por otra parte, realizamos 16 simulacros y ocho acciones de prevención contra incendios, en los cuales se contó con la participación de algunos compañeros como brigadistas.

Convencidos de que las futuras generaciones son parte esencial del crecimiento de nuestro país, en 2007 apostamos por ellas y fue posible la participación de 18 becarios en diversos programas de desarrollo; llevamos a cabo el programa “Ejecutivos de Verano”, en el cual 27 jóvenes entre los 15 y 21 años participaron (durante su periodo de vacaciones escolares) de manera activa y tuvieron la oportunidad de conocer de cerca la empresa en la que labora alguno de sus padres, desarrollaron sus habilidades y adquirieron responsabilidades, dentro de un entorno seguro.

Para disminuir los niveles de estrés y facilitar la colaboración entre las áreas de la organización, celebramos torneos deportivos, en los que participó aproximadamente el 20 por ciento de la plantilla.

Atendiendo a las peticiones de los empleados, se ampliaron las rutas de transporte de personal en un 60 por ciento, facilitando el traslado al hogar y a la oficina, ayudando con este tipo de acciones al medio ambiente, mediante la disminución de gases contaminantes. El número registrado en 2007 de servicios de transporte gratuito para los empleados fue alrededor de 173 mil 939.

Así, además de cumplir con lo establecido por la ley, Telefónica México ofrece numerosos beneficios para todos sus colaboradores como los anteriormente descritos, además de seguro de vida colectivo, cuenta de pensión para el ahorro (cuenta Ser), comedor para empleados subvencionado en parte por la empresa, vales de despensa, fondo para el ahorro, seguro de gastos médicos menores o estacionamiento.

Trabajo

Como parte de las iniciativas desarrolladas para fortalecer las condiciones de trabajo, iniciamos formaciones para la implantación de equipos multidisciplinarios, facilitando una cultura de innovación y mejora continua.

Por primera vez, nos ubicamos dentro de los 50 mejores lugares para trabajar en México, de acuerdo con el índice *Great Place to Work*, otorgado en 2008 con datos de 2007. De igual forma, con este reporte fuimos ubicados dentro de los mejores lugares para trabajar en el sector de TI y Telecom (Tecnología de la Información y Telecomunicaciones).

EVOLUCIÓN DEL ÍNDICE DE CLIMA LABORAL

2006	2007
72.6%	78.49%

LAS MAMÁS TIENEN SU ESPACIO

Desde el 9 de febrero de 2007, en Telefónica México contamos con la “Sala de Lactancia”, un espacio privado, cómodo e higiénico, en donde las mamás tienen la oportunidad de terminar su periodo de lactancia sin riesgos.

Así, confirmamos nuestro compromiso como una empresa preocupada por el bienestar de sus empleados, por la conciliación de la vida personal y familiar y, sobre todo, por el cuidado de las mujeres y sus diferentes etapas de maternidad.

Testimonio de algunas mamás:

“Es muy importante que durante los primeros meses del nacimiento de tu bebé, lo alimentes con leche materna, que le ayudará a crear sus defensas, entre otras cosas. Esta prestación te permite continuar con la alimentación de tu bebé”.

“Necesitaba un lugar limpio y tranquilo para recolectar la leche materna y así dársela a mi bebé, con la seguridad de que no se encontraría en mal estado”.

“Este espacio, me permitió alargar el periodo de lactancia de mi bebé, al proporcionarme un lugar cómodo y privado dentro del entorno laboral para poder retirar y almacenar en condiciones adecuadas la leche materna”.



Compras Responsables

Durante el 2007, establecimos la Normativa de Extensión de los Principios de Actuación a nuestra cadena de suministro

20 de nuestros proveedores reportaron información sobre responsabilidad corporativa

Los Principios de Actuación de Telefónica establecen que los proveedores con los que exista una relación laboral deben incluir en sus prácticas valores similares a los estipulados por la compañía, la cual exigirá además el cumplimiento de la ley y la regulación existente en cada país.

Valores éticos para nuestros proveedores

En un entorno global donde las relaciones con las cadenas de suministro son cada vez más amplias y complejas, es importante trabajar juntos clientes y proveedores para tratar de erradicar posibles prácticas poco éticas.

En este sentido, comenzamos a trabajar con la normativa para la cadena de suministro, alineada con nuestros Principios de Actuación, la cual involucra las siguientes líneas de acción: la formación para los suministradores, el sistema de autoevaluación para identificar los riesgos en Responsabilidad Corporativa y, por último, el desarrollo conjunto de planes de mejora.

De igual forma, en 2007 aprobamos la Norma General de Contratación de Bienes y Servicios a Proveedores Sociales, con el fin de impulsar las compras con entidades que fomentan la inserción laboral de colectivos en riesgo de exclusión social, como: centros especiales de empleo, entidades sin ánimo de lucro, empresas asociadas a colectivos inmigrantes, víctimas de la violencia doméstica, expresidarios y familiares de niños beneficiados por el programa Proniño, entre otros.

En Telefónica trabajamos de la mano con los proveedores y subcontratistas para incluir criterios y controles responsables en las actividades desarrolladas en nombre de la compañía, con los cuales garanticemos el éxito de los controles ambientales implementados. Para ello, incluimos un anexo ambiental con las principales obligaciones y responsabilidades:

- Separación y gestión adecuada de residuos biológicos infecciosos y residuos no peligrosos (embalajes, tierra y hormigón, residuos orgánicos e inorgánicos, productos de limpieza).
- Prevención y atención de situaciones de emergencia (vertidos, derrames y fugas).
- Permisos, autorizaciones y licencias establecidas por las autoridades, para el manejo, transporte y gestión de los residuos peligrosos y de manejo especial.
- Capacitación al personal del proveedor y subcontratistas con respecto a los requisitos ambientales de Telefónica México.

Proveedores

En México, el volumen de compras adjudicado localmente fue de más de 14 mil 563 millones de pesos, asignados entre mil 111 proveedores, de los cuales, más del 97 por ciento fueron proveedores locales, demostrando la confianza que hay para el desarrollo de la sociedad mexicana.

Para garantizar la transparencia, equidad e imparcialidad del proceso de compras, así como la rapidez en los pagos, utilizamos el comercio electrónico, logrando así que, año con año, los procesos de compras por este sistema aumenten y finalmente los proveedores son los más beneficiados.

Un ejemplo que refleja la diversidad e igualdad de oportunidades para nuestros proveedores es que, a un poco más del 68 por ciento de los contratados, les fue adjudicado menos de 747 millones 650 mil pesos.

Tramos de Facturación (millones de MXP)	% de proveedores
Hasta \$747.65	68.32
Entre \$747.65 y \$1,495.3	7.74
Entre \$1,495.3 y \$7,476.5	13.41
\$14,953	3.78
Entre \$14,953 y \$29,906	2.43
Superiores a \$29,906	4.32

Cumplir con los compromisos de pago a proveedores es otra de las responsabilidades de nuestra empresa, y con el fin de lograr una mejora en esta práctica, en 2007 mantuvimos el despliegue del *Systems Applications Products in data processing (SAP)* y la potenciación de la tarea de control en las Unidades de Intervención, cuyo resultado fue el aumento del porcentaje de facturas pagadas en el plazo establecido por Telefónica México, que es de 60 días.

PORCENTAJE 2007 DE FACTURAS PAGADAS EN PLAZO

	2006	2007
Sobre el número de facturas	60.53%	80.01%
Sobre el importe	78.14%	82.23%

Nuestro desempeño se basa en los Principios de Actuación, por lo que estamos comprometidos con el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y la reducción de cualquier impacto negativo de nuestras operaciones

En Telefónica México apostamos por el futuro de nuestros hijos: *el medio ambiente*

Durante 2007, trabajamos principalmente en proyectos de conservación de hábitats y biodiversidad en México. Esto refleja nuestra lucha constante por ayudar a combatir la degradación de la tierra, bosques, agua dulce y océanos, todo ello provocado por el cambio climático que está propiciando un camino ambiental sin precedentes a nivel mundial.

Conservación del medio ambiente

Apostamos por el desarrollo sostenible y estamos dispuestos a encontrar un equilibrio entre las actividades y el medio ambiente que sea cada vez mejor y más efectivo. En este sentido, en el 2007 impulsamos programas y acciones que contribuyeran a su protección, basándonos en cuatro objetivos principales: actuar conforme a las leyes y normativas ambientales; asegurar la mejora continua de la gestión ambiental a través del establecimiento de objetivos y metas; sensibilizar a los empleados y establecer procesos adecuados para el tratamiento de los residuos y la prevención de la contaminación; e informar periódicamente las prácticas ambientales de la compañía y sus resultados.

Los proyectos e iniciativas más relevantes encaminadas a la preservación del medio ambiente durante el 2007 y hasta la fecha son:

“Refugio para aves acuáticas en la región de Cuatrociénegas, Coahuila”

En colaboración con la asociación Pronatura Noreste, trabajamos para adquirir los derechos de uso del agua de los pozos de la región, con el objetivo de evitar su explotación, pues son fuente de información para investigaciones en genética.

Cuatrociénegas está considerado como uno de los humedales más valiosos del país y juega un papel muy importante en la preservación de las aves acuáticas del norte de México. Además, es el sitio de agua dulce más relevante dentro de la Ecorregión Desierto Chihuahuense y sólo en el valle existen 140 especies protegidas por las leyes mexicanas (NOM-059), de las cuales 75 son endémicas al valle y 27 de fauna acuática vulnerable.

Por si fuera poco, la Comisión Nacional para el conocimiento y uso de la Biodiversidad (CONABIO) lo identifica como una de las Regiones Prioritarias terrestres y Región Hidrológica Prioritaria. Además, la están promoviendo como Patrimonio Mundial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

“Conservación del Quetzal y Pavón”, en la Reserva de El Triunfo

Con el fin de invertir en proyectos a largo plazo que ayuden a la protección de estas especies de aves, realizamos donaciones para mejorar y ampliar las actividades de monitoreo y vigilancia del guardaparques, así como para el desarrollo de talleres de educación ambiental en las comunidades aledañas a la Reserva. Las actividades se efectuaron en sinergia con el Fondo de Conservación de El Triunfo.

Para extender la ayuda a estos pájaros, involucramos a empleados y clientes y se creó la página de Internet “Donar sin desembolsar”, a través de la cual se donarían fondos para financiar el proyecto; cada clic sobre el logo de Telefónica México y El Triunfo representó una donación. Hasta abril de 2008, las más de 38 mil visitas al sitio significaron la suma de 192 mil 215 pesos.

El Quetzal y el Pavón son especies en peligro de extinción debido a la escasez de sitios naturales en los que se pueden reproducir y desarrollar. Uno de los últimos refugios de su hábitat es la Reserva de la Biósfera El Triunfo, ubicada en la Sierra Madre de Chiapas. La trascendencia e importancia de este proyecto radica en la suma de esfuerzos para lograr la conservación de este espacio natural que protege uno de los últimos grandes remanentes del bosque de niebla. Se estima que en México ha desaparecido el 60 por ciento de la superficie de estos bosques, por lo que se considera como uno de los ecosistemas en mayor peligro.

Por ser una de las regiones más lluviosas del territorio nacional, es aquí en donde se genera gran parte de las corrientes de agua que irrigan la costa y el centro de Chiapas. El agua captada en la reserva, sustenta el desarrollo agrícola y ganadero, además genera el 40 por ciento de la energía hidroeléctrica del país.

“Programa de investigación y conservación de las tortugas marinas que anidan en el playón de Palmarito, San Pedro Mixtepec Oaxaca”

En asociación con Fundación Telefónica, la organización Selva Negra (Fundación Maná), la Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca y el Centro Mexicano de la Tortuga, hemos unido esfuerzos para proteger a esta especie que se encuentra en peligro de extinción, destinando recursos para la investigación del hábitat



y ciclo de vida de la tortuga laúd, una de las especies más grandes del mundo en su género, y se implementaron talleres de educación para las comunidades aledañas a la costa de Oaxaca.

México es considerado a nivel mundial como el “país de las tortugas marinas”, pues siete de las ocho especies que existen en el planeta cumplen su ciclo reproductivo en las costas mexicanas. Un ejemplo de esto, es la tortuga laúd, la cual está clasificada por la Unión Mundial para la Naturaleza “en peligro crítico de extinción” (este criterio está especificado en la NOM-059-SEMARNAT-2001).

Las principales amenazas para esta especie son: pérdida del hábitat, captura accidental, contaminación y depredación humana (recolección no controlada de huevos como alimento).

El objetivo del proyecto es realizar labores de investigación, conservación y protección de las tortugas marinas con actividades específicas.

Para mayor información de los programas de conservación, se puede consultar la página:
http://www.movistar.com.mx/conocenos/cono_medi.html

Despliegue de red responsable

Estamos preocupados de que la operación diaria esté alineada de acuerdo con lo que se establece en los Principios de Actuación, por ello, decidimos que a partir de 2007, se pusiera en marcha el programa “Despliegue de Red Responsable”, el cual está determinado de la siguiente forma:

- Aplicación de la metodología para calcular el impacto visual en todos los candidatos, durante el proceso de planificación de radio bases.
- Inicio del programa de medición de niveles de ruido en radio bases, para asegurar el cumplimiento de los límites legales establecidos.
- Implementación de medidas de prevención en radio bases, como la señalización de grupos electrógenos.

- Control y seguimiento a proveedores de infraestructura y mantenimiento de red, así como para proveedores de mantenimiento de inmuebles.

- Inclusión de consideraciones y criterios ambientales en las compras de equipos de telecomunicación, como por ejemplo aires acondicionados para radio bases con gas ecológico y de bajo consumo de energía.

Para nosotros es una prioridad que nuestra infraestructura sea lo más respetuosa posible con el medio ambiente, por lo que llevamos a cabo estudios de impacto visual y de control acústico.

En 2007, realizamos nuestra primera medición con el fin de crear un ambiente armónico entre las instalaciones de Telefónica y los alrededores del inmueble. En este sentido, se desarrollaron cuatro adecuaciones por impacto visual. Además, el resultado de los estudios de impacto visual es uno de los requisitos para elegir al proveedor que construya la estación base.

Aunque en México no existe obligación legal para la compartición de estaciones base, con el fin de minimizar el impacto visual Telefónica México dispone de 556 infraestructuras compartidas, mil 222 emplazamientos ubicados en infraestructuras existentes y siete instalaciones situadas en espacios naturales protegidos.

En cuanto al control acústico, ejecutamos mediciones del nivel emitido en las radio bases con el fin de ratificar que se encuentren dentro de los niveles máximos permisibles, establecidos en la NOM-081-SEMARNAT-1994. Esta evaluación la hicimos a través de un proveedor certificado ante la Entidad Mexicana de Acreditación para asegurarnos que las mediciones fueran hechas de manera adecuada y que el equipo (sonómetros) utilizado fue el correcto y con la calibración adecuada.

Al cierre de 2007, se aplicaron los estudios del nivel de ruido a alrededor de 500 radio bases y sólo el 1 por ciento sobrepasó los límites legales, por lo que tomamos las acciones correctivas correspondientes para su adecuación. En 2007 no se efectuaron mediciones de campos electromagnéticos, si bien se tiene planeado hacerlas en 2009.

Comprometidos con la lucha contra el cambio climático y con el fin de contribuir a la reducción de las emisiones de CO₂ y aumentar la eficacia del uso de energía, desde 2005 colocamos en todas las estaciones base economizadores en los aparatos de aire acondicionado. Además, instalamos paneles solares en cuatro sitios de Tijuana a fin de aprovechar la energía renovable.

Desde 2005 se implementa un programa permanente de sustitución del gas refrigerante R22 (con CFC) de las estaciones base por otro ecológico (R407 y R134). Al cierre de 2007 se sustituyeron 78 equipos.

Todas las acciones anteriores nos sirven no sólo para preservar el medio ambiente, sino también para no tener procedimientos, ni sanciones relevantes en materia ambiental.

Gestión de residuos

En Telefónica México somos conscientes de la gran cantidad de desechos que generan nuestras actividades, por lo que consideramos fundamental establecer siempre acciones de mejora dentro de los parámetros que dicta la ley.

Una de estas acciones fue el acondicionamiento del almacén temporal de residuos peligrosos, respetando las especificaciones vigentes de la legislación ambiental y cumpliendo con las condiciones de seguridad que garantizaran el debido manejo y gestión de los residuos generados. Por otro lado, si bien no hubo ningún incidente de derrames, estamos preparados para la eventualidad y tenemos instrucciones operativas para la prevención y atención de emergencias en estaciones base y edificios. También definimos controles operacionales para la adecuada administración de los residuos peligrosos, lo que supuso una mayor atención y control del área interna de Medio Ambiente, y de la colaboración de los proveedores.

La continuidad es una peculiaridad que nos ha caracterizado en nuestro desarrollo y desempeño. Un ejemplo de esto es el "Programa de reciclaje de papel y cartón", el cual se mantuvo vigente en los corporativos de entidades como Monterrey, Guadalajara, León, Puebla, Tijuana y Ciudad de México.

Además, cumplimos con todo lo que supone ofrecer el servicio de comedor para nuestros empleados en la Ciudad de México, por lo que definimos controles de operación para garantizar el correcto manejo de los residuos orgánicos e inorgánicos.



Reciclamos 13 mil móviles y más de 11 mil baterías

A través del programa permanente de reciclaje de móviles y confinamiento de baterías recolectamos en el 2007, más de 13 mil móviles y más de 11 mil baterías, los cuales fueron depositados en los buzones de reciclaje instalados en los 54 Centros de Atención a Clientes movistar.

Este material se trató en una planta de reciclaje ubicada en Guadalajara, donde se separaron todos sus componentes, que fueron sometidos a distintos procesos de refinamiento y recuperación, con el objetivo de reutilizarlos como materia prima en la fabricación de productos como muebles y bolsas de plástico.

Las alianzas estratégicas nos permitieron la suma de esfuerzos y la extensión de este programa a Instituciones educativas como los colegios Monteverde y Vistahermosa y la Universidad Iberoamericana, entre otras, además de las 10 delegaciones estatales de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA).

En esta iniciativa se emplearon 50 mil dólares en 2007.

Concientización

Estamos convencidos al afirmar que la educación es la herramienta básica para un mejor futuro y bajo esta premisa, hemos trabajado para extender, entre los colaboradores, una cultura del cuidado de los recursos naturales y el uso inteligente de los bienes tecnológicos.

En 2007, desarrollamos la campaña interna "Apágame", con el fin de fomentar el ahorro de energía eléctrica en nuestras instalaciones, empleando diversas herramientas con elementos creativos, para concientizar a los colaboradores.

Con acciones pequeñas, pero significativas, como apagar siempre la computadora, la instalación de sensores de presencia en cocinetas y estacionamientos y el apagado automático de luces en los horarios no laborables, logramos que esta campaña fuera realmente efectiva y cumpliera sus objetivos.

Conjuntamente con el Programa de Voluntarios de Fundación Telefónica, efectuamos la "Tercera Jornada de Reforestación movistar", en el Cerro de Moctezuma, en Naucalpan, Estado de México, en donde nos dimos a la tarea de sembrar 1,300 árboles y, a través de la distribución de material informativo, explicamos a los asistentes cómo llevar a cabo correctamente esta reforestación. Por otra parte, como una contribución en especie donamos más de 9 mil árboles a la Secretaría del Medio Ambiente de Naucalpan.

Conscientes de las inquietudes de la ciudadanía, ponemos a disposición del público información sobre los campos electromagnéticos, así como cómo usar de forma responsable de los servicios. Estos datos pueden consultarse tanto en la página de Internet (www.movistar.com.mx/conocenos sección de Telefonía Móvil y de Medio Ambiente y de las memorias ambientales también ubicadas en la página de Internet) como en los cuadernillos y trípticos que se reparten por petición de instancias públicas o vecinales. El "Día Mundial del Medio Ambiente" lo celebramos con diversas actividades dentro y fuera de las instalaciones de Telefónica Méxi-

co. A través del servicio de comedor, ofrecimos un "menú verde" y organizamos una "feria de proveedores" quienes ofrecieron productos reciclados y orgánicos.

Modelo de Gestión Ambiental

El modelo de gestión ambiental está basado en la aplicación de la Norma de Requisitos Mínimos, a través de los siguientes pasos: diagnóstico inicial, requisitos ambientales, planificación, implantación y operaciones, y auditoría.

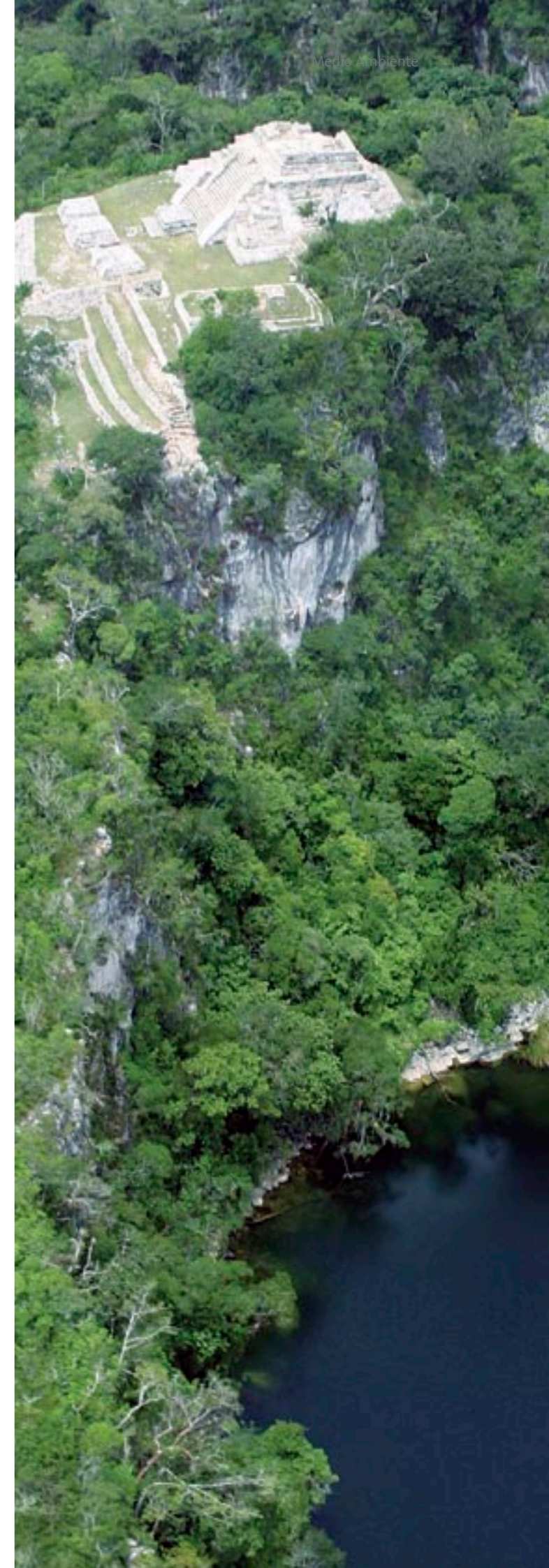
En relación con esto, fue en el proceso de auditoría en el que trabajamos con mayor énfasis durante 2007, principalmente en las acciones correctivas derivadas de la auditoría de seguimiento realizada por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR). El resultado: cinco "no conformidades menores", para las cuales se trabajó para lograr su perfecta aplicación.

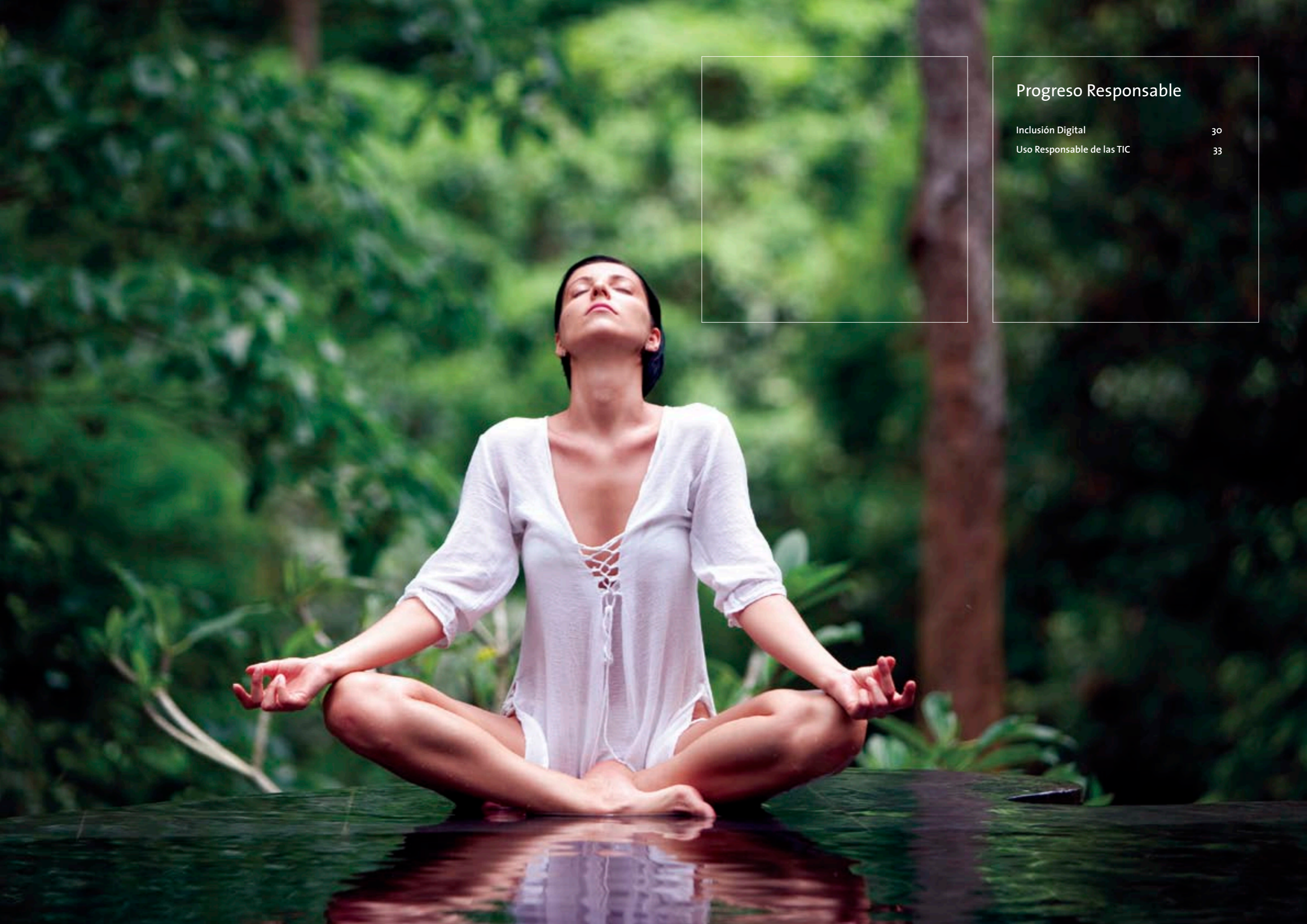
En febrero de 2008, fuimos sujetos a una auditoría de recertificación en gestión ambiental, con el objetivo de revisar los resultados de las acciones correctivas implementadas, previamente descritas. El resultado en esa ocasión, fue la identificación de cuatro "no conformidades menores". Para corregirlas, se diseñó un plan de acción.

Una vez realizados los ajustes se obtuvo la recertificación ISO 14001:2004 por parte de AENOR. Con ello, en Telefónica nos reafirmamos como una empresa con un sistema de gestión ambiental efectivo.

Todas las actuaciones de Telefónica México en temas medio ambientales se reforzaron con la definición del Plan Estratégico de Medio Ambiente del Grupo, que se estructura en cinco ejes: Cambio Climático, Gestión Ambiental, Gestión de Residuos, Despliegue Responsable de Red y Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y Desarrollo Sostenible.

Para más información:
<http://www.telefonica.es/rc2007>
 Capítulo de Empresa Responsable, sección de Medio Ambiente, donde se encuentra el tema de Cambio Climático





Progreso Responsable

Inclusión Digital	30
Uso Responsable de las TIC	33

Inclusión Digital

Ofrecemos cobertura al 88% de la población de nuestro país

En Telefónica México contribuimos al crecimiento de la inclusión digital

En Telefónica México trabajamos fuerte para que cada día más personas tengan acceso a los servicios de tecnología. Consolidándonos como un equipo eficaz y eficiente, en donde nuestro despliegue de red va cada vez en aumento, permitiéndonos ofrecer mayor cobertura y mejores precios.

Sociedad e información

No hay debate al afirmar que el constante avance tecnológico que se vive a nivel mundial arroja grandes beneficios económicos y sociales. Sin embargo, es cierto también que las nuevas tecnologías no incluyen a todos los grupos sociales, principalmente cuando éstos no poseen los medios suficientes para incorporarse a la era digital.

A fin de evitar la exclusión e impulsar la igualdad de oportunidades digitales, sobre todo en comunidades donde Telefónica opera, hemos desarrollado nuevos servicios e infraestructuras para mejorar las capacidades de accesibilidad de las personas, especialmente de aquellas que más sufren las desigualdades sociales.

Inclusión económica

La brecha económica se considera como la barrera principal para que grupos de reducidos recursos tengan acceso a servicios de telecomunicaciones como telefonía móvil, banda ancha, terminales, entre otros. La causa, el costo de los servicios.

Sin embargo, desde su llegada a territorio nacional, en Telefónica México nos hemos preocupado para que más personas tengan acceso a las telecomunicaciones. En movistar cerramos el año 2007 ofreciendo las tarifas promedio por minuto más competitivas del mercado de telefonía móvil. Entre 2006 y 2007, registramos una baja del 64.5 por ciento y, en términos generales, durante los seis años de Telefónica en el país, el precio promedio por minuto ha disminuido 57 por ciento.

Adicionalmente, algunos de nuestros servicios existentes juegan un papel importante, pues son ofertas que favorecen la inclusión económica.

Pagamenos:

Un servicio creado en movistar para México, con precios accesibles con tarificación por llamada y por minuto para llamadas locales e internacionales, sin costo de roaming y larga distancia. Este servicio tiene como objetivo primario la zona centro y algunas regiones del sur del país, pues se calcula que es el área en donde se concentra un mayor número de migrantes.

Movistar en casa (telefonía fija):

La innovación es una de las principales características de Telefónica, llegando a lugares con servicios de bajo costo en donde nadie más lo ha hecho. Derivado de ello, en 2007, lanzamos en ocho ciudades un proyecto de telefonía fija que significó una alternativa real ante el dominante.

Las ofertas de este servicio fueron diseñadas pensando en las personas con ingresos menores y sin oportunidad de asegurar una entrada fija. La renta mensual del servicio es la más baja del mercado (\$86.25) y puede funcionar como pospago o como prepago. Así, los usuarios realizan recargas al saldo de su teléfono, desde 30 y hasta mil pesos.

El servicio no implica un costo por adquisición, tampoco genera gastos de activación de la línea. Las terminales se obtienen a precios realmente accesibles para disminuir la barrera de entrada. Además, incluye 100 minutos para llamadas a fijos locales, ideal para clientes que realizan llamadas cortas y que les conviene el cobro por minuto. Incluso, las marcaciones a teléfono móvil son más económicas en comparación con las tarifas del principal proveedor de telefonía fija. Conscientes de la realidad del país y la situación que representan los migrantes, el costo del minuto en llamadas internacionales, es todavía más económico.

Como servicio de valor agregado, sin costo, se tiene el identificador de llamadas y el buzón de voz, conceptos que la competencia cobra.

Movistar por cobrar:

Siempre comunicado, sin importar que el usuario no tenga saldo, es posible enviar y recibir llamadas y mensajes. La persona con la cual se busca establecer la comunicación es quien absorbe el costo.

Llárame no tengo saldo:

Es otro servicio de emergencia cuando el saldo del móvil se ha agotado, en forma automática y gratuita es posible contactar al usuario destino. Al tratar de efectuar una llamada, el sistema genera un mensaje de texto para notificar a la persona que se desea contactar que el remitente no dispone de tiempo aire y trata de comunicarse con él. Este mensaje se puede generar hasta en cinco



ocasiones, una vez que se realiza una recarga de tiempo aire, el servicio queda desactivado.

Minirecargas:

Una alternativa de servicio que permite la comunicación con un importe notablemente bajo, con el cual, es posible activar el móvil a partir de diez pesos. Así, las posibilidades para que la gente con menos recursos tenga acceso a los servicios de telefonía, son todavía mayores.

Inclusión geográfica

La brecha geográfica es considerada como una barrera que impide la extensión de la telefonía a zonas rurales, pues llevar el servicio a estos lugares genera mayores costos. Sin embargo, con el despliegue propiciado por la red móvil, poco a poco se ha facilitado el acceso a las redes de áreas aisladas.

Telefonía pública:

La carencia de medios efectivos e infraestructuras de comunicación provoca que poblaciones pequeñas y dispersas se vean limitadas para comunicarse o que tengan que pagar un elevado costo para hacerlo.

En atención a esta necesidad, en 2007 instalamos 2 mil 800 teléfonos públicos movistar en cien diferentes poblaciones (la mayoría de éstas con menos de 100 mil habitantes y ubicadas en las zonas conurbadas), de 30 Estados de la República, principalmente por el costo reducido de las tarifas, las más bajas del mercado de telefonía fija.

Además, con la instalación de las terminales telefónicas, los usuarios de un teléfono móvil de movistar que no cuentan con puntos de venta cercanos a su domicilio, tienen la opción de realizar recargas en estos equipos, los cuales están programados para vender recargas con monedas para teléfonos de prepago y éstas pueden realizarse desde 10, 20 y 30 pesos.

Otra de las bondades, es que todos los equipos desplegados tienen la capacidad de enviar mensajes cortos de texto (SMS), algo que no ofrece ninguna otra operadora. Además, las marcaciones de

060, 066 y 01800 son gratuitas. En lo que respecta a la ubicación de las terminales, fueron colocadas en sitios populares y comunes como locales comerciales, cafés Internet, farmacias, hospitales, entre otros.

Con todo lo anterior, se genera un ahorro de largos trayectos y recorridos, se facilita aún más la comunicación para grupos de nivel socioeconómico bajo y medio y se permite mayor integración digital.

Roaming

Este servicio permite a los usuarios estar comunicados en todo momento a nivel nacional e internacional. En 2007, se suscribieron 59 convenios y se implementaron 163 acuerdos: 77 de voz, 83 de GPRS (comunicación basada en paquetes de datos) y tres más para prepago. Con esto, logramos cubrir la totalidad del mercado mundial de GSM (sistema de comunicación por teléfono móvil, el más usado en el mundo), lo que significa cobertura en 198 países en el mundo.

Con la regionalización de tarifas de roaming, el cobro del servicio a nuestros usuarios se facilitó aún más y nos permitió consolidarnos como la compañía con los precios más competitivos del mercado de telefonía móvil.

Cobertura marítima

Con el fin de satisfacer las necesidades de todos los clientes, llevamos a cabo el lanzamiento de, el cual permite estar comunicados en barcos, en rutas del Caribe, el Mediterráneo y la Península Nórdica, con los precios más atractivos.

Para más información:
<http://www.telefonica.es/rc2007>
 Capítulo de Progreso Responsable, sección de Servicio Universal

Telefónica Accesible

Telefónica Accesible es un proyecto integral para personas con capacidades diferentes que tiene por objetivo hacer de la compañía un grupo plenamente accesible en todos sus procesos, así como contribuir activamente a la plena igualdad de oportunidades para personas con capacidades diferentes. El proyecto de la compañía se apoya en una normativa interna que abarca 13 ámbitos de accesibilidad.

Para Telefónica México todos son importantes y como prueba de esto, en nuestras instalaciones contamos con adaptaciones para personas con capacidades diferentes; en los centros de atención a clientes, hay preferencia en la atención a estas personas, mujeres embarazadas y adultos mayores (11 de estos centros cuentan con rampa de acceso).

Además, hemos desarrollado diversos servicios para facilitar la vida diaria de las personas que tienen algún tipo de discapacidad con el fin de integrarlos a la sociedad.

Mensaje de texto a voz:

Con sólo poner un prefijo, se puede escribir un mensaje de texto para que el destinatario lo reciba como un mensaje en su buzón de voz, tanto en teléfono fijo como móvil. Es un servicio diseñado especialmente para personas con ceguera total, debilidad visual, sordos y para adultos mayores que presentan dificultades por el tamaño de las pantallas.

*2424:

Esta marcación permite al usuario obtener todo tipo de información, incluida aquella que es específica para personas con capacidades diferentes, como salas de cine con rampa para silla de ruedas, servicio de transporte terrestre con adaptaciones, especialistas médicos que atiendan con un lenguaje de señas, entre otros.

Localízame:

Servicio de localización vía GPS (Sistema de Posicionamiento Global) que permite saber dónde se encuentra una persona mediante la ubicación de su teléfono móvil. Basta con activar previamente el sistema, el cual puede ayudar a saber dónde está alguien con problemas de Alzheimer, por mencionar un ejemplo, o cuando una persona está desorientada o perdida, entre otros muchos casos.



Abriendo comunicación

CINIA (Capacitación-Industria-Artesanía) fue creada observando la necesidad de integrar a la vida laboral a las personas con discapacidad, a fin de contribuir a la superación y bienestar de ellos y sus familias. Actualmente, cuenta con 273 empleados, el 92 por ciento son personas con discapacidades físicas, intelectuales y/o sensoriales.

CINIA es la única empresa en su tipo en todo México.

Para las personas con discapacidad, hoy día el teléfono móvil constituye una gran ayuda técnica para comunicarse. Por esta razón, llevamos a cabo una venta directa de teléfonos móviles a CINIA, ofertando terminales a bajo costo. La finalidad fue proveerlos de un medio de comunicación de gran utilidad para ellos, a través del cual es posible que se comuniquen con familiares, amigos y compañeros. Ejemplo de lo anterior, la experiencia que vivieron los sordomudos al utilizar los mensajes de texto como una nueva vía de comunicación. Sin duda, para nosotros representa una forma de alentar la integración social.



Uso
Responsable
de las TIC

Trabajamos por el uso responsable de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

En Telefónica México fomentamos la educación de los menores para el uso adecuado de las nuevas tecnologías

El especial cuidado de los servicios que ofrecemos y la difusión efectiva de actividades preventivas, son factores que en Telefónica consideramos fundamentales para padres, formadores y menores. Con este modelo se manifiestan las implicaciones éticas que los miembros de la Sociedad de la Información deben seguir y se apuesta por una generación futura, responsable en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Saber qué hacer

Con el paso del tiempo, es acto obligado que adultos y mayores se adapten a las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación según sus avances e innovaciones. Caso contrario para la "Generación Interactiva" que crece haciendo uso de ellas.

Esta diferencia, provoca que en ocasiones padres y profesores desconozcan lo que hacen sus hijos y alumnos mientras interactúan con Internet, chats, videojuegos, televisores y teléfonos móviles.

En Telefónica, estamos conscientes de las consecuencias que se pueden suscitar si no existe la adecuada atención y supervisión. Por ello, en 2007 lanzamos en Latinoamérica el proyecto "Generaciones Interactivas", con la intención de promover el uso responsable de las nuevas tecnologías entre niños y jóvenes.

El eje central del proyecto está basado en una dinámica de estudio a través de la cual sea posible identificar cuál es la relación que tienen los niños y los jóvenes con las tecnologías ya mencionadas. Con los datos obtenidos, se elaboran pautas educativas, se asesora a padres y profesores y se informa a los centros educativos sobre las mejores prácticas para que los menores y adolescentes tengan conciencia de lo que implica el uso de las Tecnologías, para que aprendan y sepan cómo prevenir los potenciales daños que éstas pueden causarles.

Este programa es único en su clase tanto en México como en la región y se desarrolla en conjunto con Fundación Telefónica y la Universidad de Navarra (España).

Sólo en México, para el cierre de 2007, participaron en este proyecto 11 mil 446 niños de 6 a 18 años de 61 colegios diferentes de distintos estados de la República. Nuestra expectativa es que se convierta en el mayor estudio en el mundo sobre niños y nuevas tecnologías.

En enero de 2008, el sitio en Internet de Telefónica publicamos una serie de recomendaciones, dirigidas a padres y niños sobre el buen uso del teléfono móvil.

Servicios

La detección de contenidos no aptos para menores, propició que en 2007 trabajáramos en el desarrollo de iniciativas para limitar el libre acceso a estos sitios. Tomamos medidas para prevenir esta situación desde el origen, restringiendo a los proveedores la difusión de contenidos para adultos, estableciendo horarios en los que suponemos es menos factible que los menores los consulten. Y por último, nos dimos a la tarea de bloquear páginas de Internet con leyendas que adviertan sobre el servicio, cuando éste es dirigido a personas mayores de 18 años.

Protección intelectual

Telefónica México también proporciona servicios de contenidos de información y entretenimiento, a través de su portal m contenidos. A través de Internet y desde el propio teléfono móvil, los usuarios pueden tener acceso a descargas de fotos, tonos, logos, sonidos reales, protectores de pantalla, música, videos y servicios de consulta. Pero dichos servicios requieren de una protección con el fin de garantizar el desarrollo de la actividad creadora de contenidos. Porque en Telefónica estamos convencidos de que al respetar la propiedad intelectual ganamos todos.

Para garantizar que los clientes hagan uso exclusivamente de contenidos originales, Telefónica México cuenta con dos medidas:

- Los servicios de contenidos disponibles dentro de emoción se encuentran protegidos para evitar que puedan ser reproducidos de forma ilícita.
- Cada proveedor de contenidos debe garantizar a Telefónica México que cuenta con las licencias apropiadas para el uso y comercialización de dichos productos.



Para más información:
<http://www.telefonica.es/rc2007>
Capítulo de Progreso Responsable, sección
de Servicio Universal

Consejos para el uso del móvil de tus hijos

Pensar sobre la necesidad real del móvil

Piensa si realmente el menor necesita el móvil. Si la respuesta es afirmativa, determina si lo necesita a todas horas o sólo en algunas ocasiones. Ten en cuenta también qué tipo de teléfono sería suficiente para cubrir esas necesidades.

Haz una lista de las situaciones en las que sí sería conveniente que el menor dispusiera del móvil. Acuerda esta lista con el propio menor.

Controla el gasto y hazle responsable

Opta por un sistema de pago que permita controlar el gasto y las llamadas realizadas.

En la medida de lo posible, fomenta el binomio responsabilidad-privilegio. El gasto del móvil lo debe sufragar parte o totalmente el niño si recibe paga de domingo/mensual...

El móvil se usará mientras se haga buen uso de él, si se usa mal será confiscado durante cierto tiempo.

Muestra otras formas de comunicación

Orienta al menor que existen otros medios de comunicación entre personas: correo electrónico, teléfono fijo, postales y cartas. En cualquier caso, siempre ha de ser consciente que existe una persona al otro lado del móvil.

Crea una cultura del uso del móvil

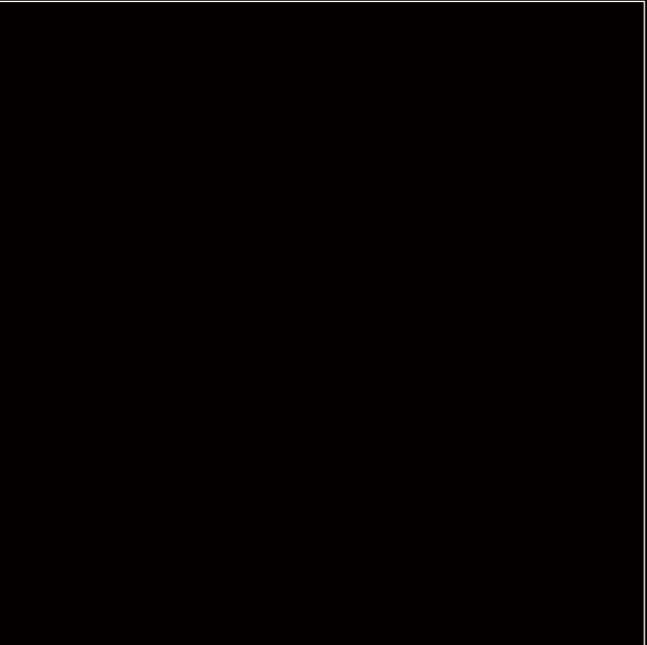
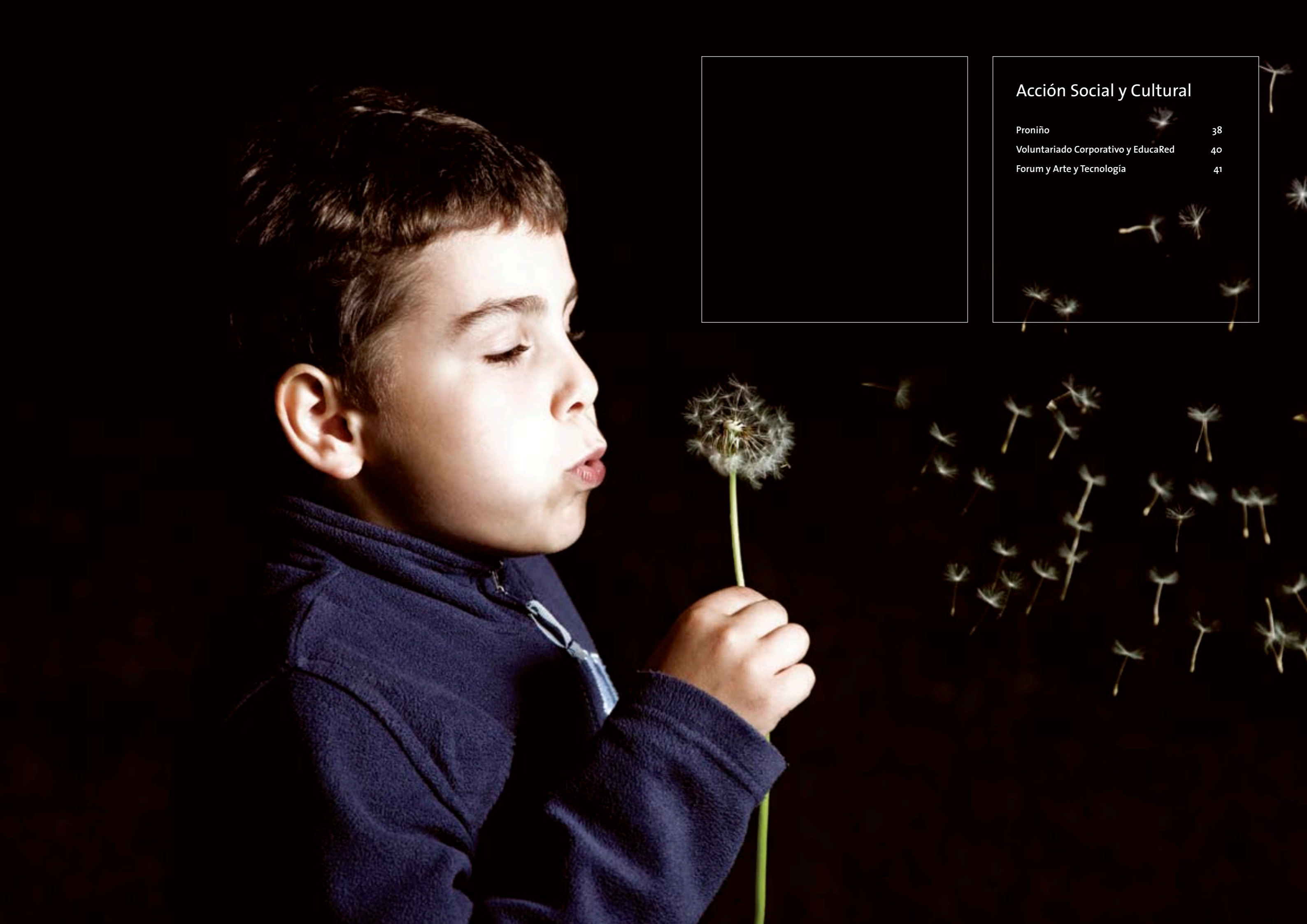
Como en toda educación, los padres deben ir por delante, dando ejemplo, pautas y criterios: cuándo y dónde hay que apagar el móvil, cuándo y cómo se responde a las llamadas.

Los niños se concentran mejor en el estudio y descansan mejor si mientras hacen la tarea y duermen apagan el móvil. Igual que la luz, el móvil ha de apagarse para dormir bien.

Establece los contactos

Explica al menor que el número del móvil sólo ha de proporcionarse a personas de confianza y conocidas.





Acción Social y Cultural

Proniño	38
Voluntariado Corporativo y EducaRed	40
Forum y Arte y Tecnología	41

Acción social y Cultural

Proniño

En México beneficiamos a 5 mil 297 niños en situación de trabajo infantil

Educación, la vía para erradicar la explotación infantil

A través del programa Proniño beneficiamos a 52 mil 991 niños y adolescentes, en 13 países de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Venezuela y Uruguay.

Proniño: por un futuro digno

El trabajo infantil es, desde hace tiempo, una práctica que reproduce las condiciones de pobreza en la que se crea y dificulta el futuro de las nuevas generaciones. En telefónica estamos en total desacuerdo con estas prácticas y desde 1998, fecha en la que creamos el programa de acción social Proniño (gestionado por Fundación y las operadoras de Telefónica Móviles de Latinoamérica), formulamos iniciativas a fin de erradicar el trabajo infantil, el cual vulnera los derechos de los menores.

Proniño está integrado por tres ejes de actuación desarrollados con base en las recomendaciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y en algunos modelos innovadores de atención: como la mejora de los procesos educativos a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). De esta manera, las escuelas se convierten en un ámbito efectivo de prevención.

Protección integral de menores, en situación de trabajo infantil

Para desvincular a los niños del entorno laboral, atendemos su entorno familiar y comunitario, procuramos que permanezcan en la escuela y brindamos todas las facilidades para su escolarización; lo que queremos evitar es que ingresen al mercado laboral.

Asimismo, entregamos uniformes y material escolar, hay un seguimiento sanitario y un refuerzo nutricional que, en muchos de los casos, los menores no tienen cubiertos. Además, desarrollamos actividades didácticas para evitar posibles conductas de riesgo.

Dado que estos menores conviven en una situación de precariedad social y familiar, también llevamos a cabo acciones de integración con las familias, la escuela y la comunidad. En Proniño, trabajamos para generar alternativas de ingresos económicos en la formación ocupacional, así como en la transformación de patrones culturales que justifican el trabajo infantil.

Calidad educativa

Trabajamos para mejorar la infraestructura de los centros escolares; utilizamos las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para lograr la inclusión digital de los menores y su entorno. Lo que queremos es asegurar oportunidades reales de desarrollo y un

acceso digno al mundo laboral. Esperamos que para 2008, a través de Educared, estemos trabajando con varias sinergias.

Fortalecimiento socio-institucional

Con Fundación Telefónica, nuestro propósito es garantizar la sostenibilidad de la intervención a largo plazo y avanzar en los siguientes frentes:

- Concientizar y sensibilizar sobre el trabajo infantil, sus tipos y su impacto en los niños, sus familias y la comunidad.
- Crear redes de intervención y prevención entre ONG's, escuelas, instituciones, agentes sociales y las propias comunidades.
- Generar condiciones óptimas, que permitan a las instituciones y agentes sociales completar por sí mismas la erradicación del trabajo infantil.

Dibujamos sonrisas

Con la puesta en marcha de Proniño en México, beneficiamos directamente a 5 mil 297 menores, superando la meta trazada para 2007, que fue de cinco mil niños. Para conseguirlo, enfocamos acciones en ocho estados de la República: Chiapas (en Tuxtla Gutiérrez, Tapachula, Huixtla, Suchiate), Guanajuato (León), Quintana Roo (Cancún), Yucatán (Tixcacalcupul), Sinaloa (Culiacán), Jalisco (Guadalajara), Oaxaca (Oaxaca) y Distrito Federal; sumando un total de 39 complejos educativos apoyados.

Los resultados obtenidos, son producto del trabajo que realizamos en Fundación Telefónica México, junto con *Save The Children* México (organización no gubernamental enfocada al desarrollo de ciertas acciones y el avance de las mismas), evaluando con los padres de los niños aspectos como rendimiento, niveles de sensibilización frente al problema del trabajo infantil, entre otros.

La eficacia de Proniño está comprobada con los resultados generados; en el primer semestre de 2007 registramos un promedio de ausentismo del 9 por ciento, mientras que para el segundo sólo fue del 4 por ciento.



Fundación Telefónica

Creada en España en 1998 con el objetivo de articular la acción social y cultural de todas las empresas del Grupo Telefónica. Actualmente está presente en ocho países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Venezuela, aunque las iniciativas que desarrolla a través de programas como Proniño o Voluntarios Telefónica se extienden a 14, incluyendo Ecuador, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Uruguay. Independientemente de que cada Fundación realiza proyectos de manera local, todas se manejan bajo una misma visión, objetivos y métodos de trabajo.

La estrategia de Fundación Telefónica se desarrolla a través de cinco ejes de actuación: Proniño, EducaRed, Arte y Tecnología, Forum y Voluntarios Telefónica. Estos, tienen el objetivo último de favorecer la implantación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los procesos educativos, potenciando la Sociedad de la Información del presente y del futuro.

En México, las actividades de Fundación comenzaron en 2003, como parte del compromiso y responsabilidad que tenemos con el país, desde que Telefónica inició sus operaciones comerciales.

A través de Fundación Telefónica México, en 2007 realizamos más de 40 proyectos de acción social, que nos permitió beneficiar directamente a 350 mil personas, en su mayoría pertenecientes a grupos vulnerables de la sociedad o de escasos recursos económicos.

Los recursos destinados a estos proyectos en Fundación Telefónica México, se distribuyeron de la siguiente manera:

Proniño	56.09%
Voluntarios Telefónica	8.76%
EducaRed	7.17%
Otros	27.99%

Acción Social
y Cultural

Voluntariado
Corporativo
y EducaRed

Beneficiamos directamente a más de ocho mil personas, a través de las iniciativas de Voluntarios

En 2007, más de mil colaboradores participaron en el programa Voluntarios Telefónica

EducaRed engloba iniciativas educativas de Fundación Telefónica. En 2007 se firmó el convenio de colaboración con Microsoft para lanzar en México el portal Profesores Innovadores, el cual ayudará a mejorar la preparación de los formadores al actualizarlos.

Voluntarios Telefónica

A través de Voluntarios Telefónica, buscamos incentivar y potenciar actividades de carácter social y, a su vez, promovemos la participación de nuestros colaboradores, dotándolos de los medios necesarios para que las actividades realizadas tengan un efecto positivo en la sociedad.

Para llevar a cabo estas acciones, el programa integra el tiempo laboral de los colaboradores con acciones solidarias. Por ello, cada empleado voluntario dedica hasta 15 horas laborables al año para cumplir con diferentes acciones del programa.

Gracias al programa Voluntarios, en 2007 cumplimos con la ejecución de 62 proyectos, donde más de mil colaboradores dedicaron en conjunto, 6 mil horas de voluntariado, beneficiando así, a 8 mil personas.

Entre las acciones realizadas, plantamos más de mil 300 árboles y entregamos más de 6 toneladas de víveres entregados a damnificados del Huracán Deán y el Tornado en Piedras Negras. Y durante la desastrosa ola de inundaciones que dañó el sur del país, donamos a las familias afectadas de Tabasco y Chiapas los fondos recaudados en el concierto de "El Canto del Loco" y "Hombres G", realizado en la Ciudad de México, además de otorgarles a los usuarios de Tabasco, doble tiempo aire en todas las recargas que realizaron, para que se mantuvieran comunicados durante ese periodo de emergencia.

Por primera vez en México, celebramos el "Día del Voluntario", donde 160 colaboradores apoyaron a la restauración de una escuela Proniño. Por otro lado, distribuimos 533 paquetes de útiles escolares e incrementamos la cobertura y presencia del programa de Voluntarios en los estados de Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit.

Adicionalmente, en colaboración con Recursos Humanos, brindamos apoyo al proyecto "Un kilo de ayuda", donde entregamos 130 Paquetes Nutricionales y Vigilancia y Educación Nutricional a niños de la Comunidad El Jacal, en el Estado de México.

EducaRed

En Telefónica estamos comprometidos con la educación de nuestros niños, por lo que el programa EducaRed tiene como objetivo promover la inclusión de nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en las aulas, con la finalidad de acelerar el uso educativo de las mismas en los procesos de enseñanza y aprendizaje, contribuyendo a mejorar la calidad de la educación, fomentar la igualdad de oportunidades y ayudar a reducir la brecha digital.

Como parte del programa, durante el 2007 firmamos un convenio de colaboración con Microsoft, para lanzar en México el portal de Profesores Innovadores, un instrumento que facilita el trabajo de profesores que buscan mejorar la calidad de la experiencia educativa innovadora, estableciendo para el portal un grado de personalización adecuado para su uso.

En lo que se refiere a la brecha digital, trabajamos para fomentar la reducción de la misma, por ello, otorgamos un donativo con el que fue posible diseñar y crear materiales didácticos para capacitar a los habitantes de las comunidades indígenas de la Sierra Zongolica, en Veracruz. El proyecto benefició a 700 personas y fue gestionado por el Fondo para la Paz, una institución de asistencia privada que impulsa el desarrollo de las comunidades indígenas rurales en pobreza extrema a través de capacitación.

En Telefónica, también promovemos el acceso a las nuevas tecnologías y para avanzar en este largo camino, donamos a un grupo de niños de la Escuela Primaria No. 18 "España-México", en Morelia, Michoacán, 40 computadoras, 40 reguladores, 40 monitores y la instalación de la Red con el software adecuado, beneficiando a 374 alumnos.

Finalmente, dentro del programa Selva Negra y en colaboración con Medio Ambiente, desarrollamos Talleres de Educación Ambiental en 20 escuelas de las comunidades de Río Seco, Ventanilla, Escobilla, Mazunte y San Agustínillo, en el Estado de Oaxaca, con el objetivo de capacitar y concienciar a los habitantes sobre la importancia del medio ambiente y su cuidado.

Acción Social
y Cultural

Forum y Arte y
Tecnología

El estudio Forum "DigiWorld América Latina 2007" está disponible en www.fundacion.telefonica.com

Fundación Telefónica presentó el primer estudio sobre las Sociedades de la Información en América Latina

El especial cuidado de los servicios que ofrecemos y la difusión efectiva de actividades preventivas son factores que en Telefónica consideramos fundamentales para padres, formadores y menores. Con este modelo, se manifiestan las implicaciones éticas que los miembros de la Sociedad de la Información deben seguir y se apuesta por una generación futura, responsable en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Forum

Este programa promueve y coordina la investigación, el análisis y el debate con agentes de primer nivel para impulsar la Sociedad de la Información. Realiza también una importante labor para difundir el conocimiento, a través de apoyo para celebrar seminarios, generar investigación, entre otros.

Forum ha realizado varios informes, entre ellos, "DigiWorld América Latina 2007", el primer estudio analítico acerca de la evolución que ha tenido la Sociedad de la Información y la incorporación de nuevas tecnologías a la vida cotidiana de los ciudadanos, las empresas y los principales gobiernos de la región.

La Ciudad de México y Monterrey fueron los escenarios seleccionados para presentar el informe, mismo que fue presidido por Javier Nadal, Vicepresidente Ejecutivo de Fundación Telefónica y Francisco Gil Díaz, Presidente Ejecutivo de Telefónica para México y Centro América. El estudio "DigiWorld América Latina 2007" se realizó con el objetivo de convertirse en un referente de conocimiento sobre la Sociedad de Información en Latinoamérica, además de contribuir y facilitar la toma de decisiones para impulsar el desarrollo regional.

Tal como lo indica el estudio, la evolución de las TIC en América Latina se encuentra en progreso. Sin embargo, todavía están pendientes una serie de retos para la sociedad de la información en la región, que incluyen la integración regional de los mercados, la configuración de un marco regulatorio adecuado, la inclusión digital como vía de desarrollo a través de la cooperación público-privado, el compromiso de los actores clave en la región y el impulso a las políticas públicas en las Agendas Digitales.

Datos de "DigiWorld América Latina 2007"

- México tiene una penetración de banda ancha que apenas alcanza las 3.4 líneas por cada 100 habitantes. La mayoría de los usuarios utilizan las tecnologías xDSL y Dial Up.
- Al primer trimestre del 2007, el gasto en México en las TIC representó el 3.5%, con respecto al PIB. En el 2006, éste representaba el 3.4%, lo cual muestra un incremento paulatino y constante, comparado con el 3.0% anual del 2002. El 64.7% de la inversión total se realizó en el sector de las telecomunicaciones.
- A pesar de los esfuerzos, México y Brasil continúan con la menor penetración en los servicios de telefonía móvil y fija en la región. Para el 2006, la penetración móvil era de 52.6 por cada 100 habitantes, mientras que las líneas fijas llegaban a un nivel de penetración de 18.3 aparatos. Las cifras representan un crecimiento de 20.9% para móviles y de 1.8% para líneas fijas.
- Entre 2003 y 2005, en América Latina los mercados digitales crecieron a un ritmo promedio anual del 14%, lo que representa más del doble de la tasa de crecimiento en Europa o Estados Unidos.
- Grupo Telefónica invertirá para el 2009 más de 10 mil millones de euros en la zona. En el 2006, el Grupo destinó a Latinoamérica más de 2 mil 200 millones de euros, lo que convirtió a la compañía en un catalizador de las telecomunicaciones en la región.



Arte y Tecnología

Las colecciones de arte, exposiciones y fomento a la creación digital, son parte del programa Arte y Tecnología de Fundación Telefónica, donde subrayamos la relación existente a lo largo de la historia entre innovación tecnológica, en materia de comunicaciones, y nuevos modos de expresión y creatividad, que comprenden desde la aparición de las vanguardias históricas y la extensión universal del servicio telefónico, hasta la revolución de Internet y el nuevo arte digital.

Una de las líneas de actuación del programa lo hemos nombrado "arsVIRTUAL", el cual permite a los usuarios visitar de manera interactiva y en tercera dimensión, monumentos significativos del patrimonio histórico, cultural latinoamericano, español y marroquí.

En 2007, gracias a la aportación económica total de Fundación Telefónica y a la autorización del Instituto Nacional de Antropología e Historia, digitalizamos en tercera dimensión (3D) la zona arqueológica de Teotihuacan. Así, este lugar considerado desde 1987 patrimonio de la humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) ahora es posible visitarlo y disfrutar de manera virtual los asombrosos templos de la zona, así como algunos lugares que se encuentran restringidos al público en general.

Para visitar zonas arqueológicas virtuales como Teotihuacan, la Catedral Metropolitana de México y muchas más, visita la página www.arsvirtual.com.

Indicadores Clave RC

Percepción de los Grupos de Interés

La percepción de los grupos de interés es el mejor reflejo de nuestro desempeño como empresa socialmente responsable

Contamos con una serie de indicadores para mostrar cómo es percibido nuestro comportamiento económico, social y medioambiental por nuestros empleados, proveedores, clientes y sociedad en general. A continuación mostramos las variables.

INDICADORES DE PERCEPCIÓN DE TELEFÓNICA EN MÉXICO

	2007
Satisfacción del empleado (Clima laboral)	78.49 %
Directivos	83.29%
Mandos Intermedios	79.65%
Resto de Colaboradores	77.72%
Satisfacción del cliente (ISC)¹	8.71
Satisfacción de proveedores (sobre 10)²	7.02
Modelo de compras de Telefónica (sobre 5)	3.23
Gestión de los compradores (sobre 5)	3.55
Responsabilidad Corporativa de Telefónica (sobre 5)	3.94
Relación con Telefónica (sobre 5)	3.26
Sistema de comercio electrónico (sobre 5)	3.31
Reputación frente a la sociedad (RepTrak)	64.7
RepTrak-Oferta	67.4
RepTrak-Trabajo	64.2
RepTrak-Integridad	67.1
RepTrak-Apoya causas sociales	59.5
RepTrak-Protege el Medio Ambiente	58.1
RepTrak-Innovación	69.0
Familiaridad espontánea (top-of-mind)³	27
Responsabilidad Corporativa (RC)	
Reputación de Telefónica en la sociedad (Pulse)	65

¹ Expresa el grado de satisfacción del cliente en relación con el servicio proporcionado por la compañía, en una escala de 1 a 10, en la que 1 significa "nada satisfecho" y 10 significa "completamente satisfecho".

² Contestaron un total de 123 proveedores, lo que representa una participación del 12.53 por ciento sobre el total.

³ Datos acumulados a 2007

Indicadores
Clave RC

Indicadores
Operativos

En 2007 implantamos un modelo de gestión de la Responsabilidad Corporativa ligado a indicadores clave de desempeño operativo, relacionados con los compromisos de nuestros Principios de Actuación .

BALANCE DE GESTIÓN RESPONSABLE	
	2007
Impacto Económico	
Ingresos de Telefónica (mill. de dólares)	2,149.13
Inversión en innovación tecnológica (mill. de dólares)	192.89
Impuestos (mill. de dólares)	163,905.55
Inversiones en infraestructuras (mill. de dólares)	314.64
Volumen de compras adjudicadas (mill. de dólares)	1,371.41
Empleo	
Número total de empleados	16,589
% satisfacción de empleados	79
Horas de formación por empleado	67
% mujeres en plantilla	47.6
Número de personas con discapacidad	13
Evaluaciones de riesgo	16
Campañas sanitarias	0.2
Campañas de vacunación	33.5
Clientes	
Número total de clientes (miles)	12,538
Número total de reclamaciones	3,078,370
Establecimientos comerciales	13,529
Llamadas telefónicas atendidas (miles)	160,198
% cobertura poblacional	88
% cobertura geográfica	27
Medio Ambiente & despliegue de redes	
Estudios de impacto ambiental	9
Consumo papel (kilogramos)	124,900.00
Consumo agua (litros)	38,137,247
Residuos baterías(kilogramos)	60,207
Consumo eléctrico operaciones (KWh/año)	139,855,258.00
Consumo eléctrico oficinas (KWh/año)	9,200,533.00
Consumo de combustible en instalaciones, oficinas y vehículos (litros)	43,848,972
Emissiones CO2 Indirectas (miles de toneladas equivalentes)	77,807.10
Emissiones CO2 Directas (miles de toneladas equivalentes)	102,703.60
Gasto en Sistema de gestión ambiental (dólares)	50,000
Gasto en mediciones (dólares)	60,000
Gasto en comunicación y apoyo a proyectos de conservación (dólares)	95,000
Proveedores	
Número total de proveedores adjudicatarios	1,111
Número de proveedores que reportan información sobre RC	20

Retos 2008

La percepción de los grupos de interés es el mejor reflejo de nuestro desempeño como empresa socialmente responsable

En Responsabilidad Corporativa, nos hemos propuesto retos ambiciosos que impactan en todas las áreas de negocio

Contamos con una serie de indicadores para mostrar cómo es percibido nuestro comportamiento económico, social y medioambiental por nuestros empleados, proveedores, clientes y sociedad en general. A continuación mostramos las variables.

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN

1	Diálogos con los grupos de interés	Efectuar el panel de diálogo alrededor del Informe de Responsabilidad Corporativa.
2	Principios de Actuación	Fortalecer la comunicación para que los Principios de Actuación se extiendan a todos los colaboradores de Telefónica México.
3	RepTrak	Aumentar la puntuación del eje de Ciudadanía en el índice de reputación.
4	Certificación	Obtener el distintivo de Empresa Socialmente Responsable 2008 otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)
5	Transparencia	Realizar el segundo Informe de Responsabilidad Corporativa auditado, de acuerdo a las normas de Global Reporting Initiative (GRI) y AA1000.

MEDIO AMBIENTE

6	Reciclaje	Ampliar el programa de reciclaje de teléfonos móviles y confinamiento de baterías, aumentando el número de buzones de recolección en los Centros de Atención a Clientes (de 54 centros a 84). Asimismo, firmar una alianza con Nokia e introducir la participación de escuelas y universidades.
7	Gestión de residuos	Mejorar el sistema de gestión de residuos, a través de la implantación de controles en la plataforma existente de OT (sistema de órdenes de trabajo).
8	Papel reciclado	Utilizar papel reciclado en las impresoras de Torre Telefónica.
9	Recertificación	Recertificación de la norma ambiental ISO 14,001 y resolución de las no conformidades que surjan en el proceso.
10	Preservación de la naturaleza	Dar soporte al Proyecto Pronatura Yucatán, dedicado a la conservación de especies de felinos, ofreciendo talleres de educación ambiental y donando equipo de monitoreo y vigilancia.
11	Apoyo a programas medioambientales	Continuar con el apoyo de los programas: Fondo El Triunfo, dedicado a la conservación del Hábitat del Quetzal y Pavón: otorgar becas a guardabosques y ofrecer talleres sobre educación ambiental. – Pronatura Noreste, el cual consiste en dar refugio a las aves acuáticas de Cuatrociénagas: apoyo en el pago para derechos de uso de agua y producción de la señalización de senderos.



CLIENTES

12	Reducir procesos	Reducir los procesos y procedimientos de más de 400 a 90 aproximadamente, con la finalidad de incrementar la eficiencia operativa.
13	Telefónica Accesible	Reforzar nuestro compromiso con las personas de capacidades diferentes, comunicando los servicios especiales que se han diseñado específicamente para ellos.
14	Control parental	Reafirmar nuestro compromiso con la infancia, a través de una oferta de servicios de control parental, que limite el uso inadecuado del teléfono móvil a los niños.
15	Protección a la infancia	Difundir recomendaciones, particularmente a los niños, sobre el uso responsable de los teléfonos móviles.
16	Inclusión digital	Aumentar la cobertura geográfica de telefonía fija.
17	Servicios de banda ancha	Responder a las necesidades de las autoridades públicas e iniciar la oferta de servicios de banda ancha en los lugares donde contemos con telefonía fija.
18	Servicios para emergencias	Fortalecer nuestros servicios de asistencia para diferentes tipos de necesidades médicas o similares, para posibilitar la comunicación de clientes que queden sin saldo, o bien apoyar a aquellos que se encuentren en situaciones de emergencia y contingencias climáticas.

EMPLEADOS

19	Satisfacción de empleados	Mejorar en dos puntos el índice de satisfacción de empleados.
20	Calidad de Vida	Lanzar el proyecto Calidad de Vida para aumentar en cinco puntos la evaluación de los empleados en este rubro.
21	Condiciones de mercado	Nivelar al 85 por ciento de nuestros empleados dentro de los tabuladores de mercado, como parte del Programa Total de Recompensa.

PROVEEDORES

22	Compras responsables	Implantar Programas de Evaluación de la Cadena de Suministro, bajo criterios de Responsabilidad Corporativa. De esta manera, extendemos los Principios de Actuación a nuestra cadena de suministro.
----	----------------------	---

SOCIEDAD

23	Programa Proniño	Beneficiar a 12,000 niños, distribuidos en 12 Estados de la República e inaugurar 10 Aulas Fundación Telefónica con equipos de cómputo.
24	Fundación Telefónica	Lograr que 750 colaboradores sean voluntarios de Fundación Telefónica, a lo largo de todo el país, con la finalidad de desarrollar 100 proyectos a fin de año.
25	EducaRed	Lanzar el Portal EducaRed y lograr 100,000 visitas en el año.



Ernst & Young Servicios Corporativos, S.L.U.
Torre Picasso
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
28020 Madrid (España)
Tel: +34 915 727 200
Fax: +34 915 727 450
www.ey.com/es

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE (VERIFICACIÓN) DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2007 DEL GRUPO TELEFÓNICA EN MÉXICO.

A la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A.

Alcance del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007 del Grupo Telefónica en México y su adaptación conforme a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), para el perímetro global de Telefónica.
- Los principios recogidos en la Guía AA1000 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability), para las actividades desarrolladas por Telefónica en México.

La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa así como el contenido del mismo es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Dirección de Telefónica, los cuales también son responsables de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma ISAE 3000 *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC).

Procedimientos realizados

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de negocio que han participado en la elaboración del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

1. Entrevistas con directivos y personal de las áreas de Responsabilidad Corporativa de Telefónica S.A. y entrevistas con una selección de directivos y personal clave de las líneas de negocio de telefonía móviles de México, así como del Centro Corporativo, Fundación Telefónica y Atento con el propósito de obtener un conocimiento sobre cómo los objetivos y políticas corporativas de Responsabilidad Corporativa son considerados, puestos en práctica e integrados en las estrategias de las entidades.
2. Revisión de información relevante, tal como las actas de las reuniones del Consejo de Administración de Telefónica, S.A. o las actas de las reuniones celebradas por la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa, en las que se han tratado asuntos relacionados con la Responsabilidad Corporativa.

3. Revisión de los procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica establece sus compromisos con sus grupos de interés, asistiendo en su caso a los paneles de diálogo desarrollados o revisando las actas de dichas reuniones, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.
4. Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Telefónica a lo señalado en la guía G3 de GRI.
5. Comprobación, mediante pruebas de muestreo, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores centrales y específicos del suplemento sectorial incluidos en el Informe de Responsabilidad Social 2007 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información. La selección de las muestras se ha efectuado, en función de su relevancia para cada uno de los indicadores GRI, entre los datos relativos a las operaciones en México

Los procedimientos aplicados para cada indicador se detallan en la Tabla de Indicadores GRI que se adjunta a continuación y que forma parte integrante de este Informe, habiéndose obtenido para cada uno de ellos documentación soporte acreditativa pertinente.

El alcance de una revisión limitada es substancialmente inferior al de una auditoría. Por lo tanto, no proporcionamos opinión de auditoría sobre el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Telefónica México.

Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007 de Telefónica contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con:

- La guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3)
- La guía AA1000 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability), para las actividades desarrolladas por Telefónica en México.

ERNST & YOUNG SERVICIOS CORPORATIVOS, S.L.

José Luis Solís Céspedes
Socio

Madrid, 30 de Junio de 2008

TABLA INDICADORES TELEFÓNICA 2007

INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO				
Informe detallado de gestión Ofrece un informe detallado de gestión sobre los elementos abajo descritos en relación a los siguientes aspectos económicos: rendimiento económico, presencia en el mercado e impacto indirecto de Telefónica.				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Desempeño Económico	EC1	GTM	CA	C
	EC2	G	CC/SI /FE	C/Q
	EC3	GTM	CA	C
	EC4	NA	NA	C
Presencia en el mercado	EC5	GTM	SI/FE	C
	EC6	GTM	PP/SI /FE	Q
	EC7	GTM	SI/FE	Q
Impactos económico Directos	EC8	GTM	SI/IP (1)	C
	EC9	GTM	SI	C
INDICADORES DE DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL				
Informe detallado de gestión Ofrece un informe detallado de gestión sobre los elementos abajo descritos en relación a los siguientes aspectos medioambientales: materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones, residuos, productos y servicios, cumplimiento de la legislación, transporte.				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Materiales	EN1	TM	FE	C
	EN2	TM	SI	C
Energía	EN3	TM	SI/FE	C
	EN4	TM	SI/FE	C
	EN5	TM(2)	SI/FE	C
	EN6	G(2)	SI/FE	Q/C
	EN7	TM(2)	SI/FE	Q
Agua	EN8	TM	FE	C
	EN9	NA	NA	C
	EN10	NA	NA	C
Biodiversidad	EN11	TM	SI/FE	Q
	EN12	TM	SI/FE	Q
	EN13	TM	FE	Q
	EN14	TM	SI/FE	Q
	EN15	NA	NA	C
Emisiones Vertidos y Residuos	EN16	TM	SI/FE/CC	C
	EN17	ND	ND	C
	EN18	TM(2)	SI	Q
	EN19	TM(2)	SI	Q
	EN20 (3)	ND	ND	C
	EN21	NA	NA	C
	EN22	TM	SI/FE	C
	EN23	TM	SI/PP	C
	EN24	NA	NA	C
	EN25	NA	NA	C
Productos y Servicios	EN26	TM	SI/IP	Q/C
	EN27	NA	NA	C
Cumplimiento Normativo	EN28	TM	SI	C
	EN29	NA	NA	Q
General	EN30	TM	SI	C

IND. → Indicador.
ALC. → Alcance.
P.V. → Procedimiento de verificación.
T.L. → Tipo de indicador.

Los indicadores relativos al perfil de la organización, quedan especificados dentro de las tablas GRI del propio informe online de la compañía.

Perímetro de la Información reportada	
G	Grupo Telefónica
GTM	Grupo Telefónica en México
TM	Telefónica Móviles de México
AT	Atento

Consultar aclaraciones adicionales de Telefónica sobre indicadores señalados como N/D o N/A en: www.movistar.com.mx/rc/2007

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL PRÁCTICAS LABORALES Y DE TRABAJO DECENTE				
Informe detallado de gestión Ofrece un informe detallado de gestión sobre los elementos abajo descritos en relación a los siguientes aspectos laborales: empleo, relaciones laborales, seguridad y salud, formación y educación y diversidad e igualdad de oportunidades.				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Empleo	LA1	GTM	SI/FE	C
	LA2	GTM (4)	SI/FE	C
	LA3	GTM	SI/FE	Q
	LA4	GTM	SI/FE	C
Relación Empresa trabajadores	LA5	ND	ND	C
Salud y Seguridad en el trabajo	LA6	GTM	SI/FE	C
	LA7	GTM	SI/FE	C
	LA8	GTM	PP	Q
	LA9	GTM	PP/SI/FE	Q
Formación y Educación	LA10	GTM	SI/FE	C
	LA11	GTM	PP/SI/FE	Q
	LA12	GTM	PP/SI	C
Diversidad e Igualdad de oportunidades	LA13	GTM	CO	C
	LA14	GTM	SI/FE	C

DERECHOS HUMANOS				
Informe detallado de gestión Ofrece un informe detallado de gestión sobre el cumplimiento de asuntos relacionados con derechos humanos: inversión y prácticas de contratación de servicios, no discriminación, negociación colectiva y libertad de asociación, eliminación del trabajo infantil, mecanismos de control para erradicar el trabajo forzado, prácticas o procedimientos para el registro de quejas o reclamaciones, prácticas de seguridad y derechos de los indígenas.				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Prácticas de Inversión y Abastecimiento	HR1	ND	ND	C
	HR2	GTM	SI	C
	HR3	(5)	(5)	C
No discriminación	HR4	GTM	AJ	C
Libertad de Asoc. Y Convenios Colectivos	HR5	GTM	PP/PM/PA	Q
Explotación Infantil	HR6	GTM	PP/PM/PA	Q
Trabajos forzados	HR7	GTM	PP/PM/PA	Q
Prácticas de seguridad	HR8	(5)	(5)	C
Derechos de los indígenas	HR9	GTM	AJ	C

SOCIEDAD				
Informe detallado de gestión Ofrece un informe detallado de gestión sobre el cumplimiento de asuntos relacionados con la sociedad: sociedad, corrupción, política pública, cumplimiento leyes de competencia.				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Comunidad	SO1	GTM	SI/FE	Q
Corrupción	SO2	ND	ND	C
	SO3	GTM	AI	C
	SO4	GTM	AI	Q
Política Pública	SO5	G	PA	Q
	SO6	G	AI	C
Comportamiento Competencia desleal	SO7	GTM	AJ	C
Cumplimiento normativo	SO8	GTM	AJ	C

RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO				
Informe detallado de gestión Ofrece un informe detallado de gestión sobre el cumplimiento de asuntos relacionados con la sociedad y clientes: seguridad y salud de clientes, etiquetado de productos y servicios, publicidad, privacidad de datos y cumplimiento de la regulación en dicha materia.				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Salud y seguridad del cliente	PR1	GTM	SI	Q
	PR2	GTM	AJ	C
Etiquetado de Productos y Servicios	PR3	GTM	PP/IP	Q
	PR4	GTM	AJ	C
	PR5	GTM	PP/SI/FE	Q
Comunicaciones de Marketing	PR6	GTM	PP	Q
	PR7	GTM	AJ	C
Privacidad del Cliente	PR8	GTM	AJ	C
Cumplimiento Normativo	PR9	GTM	AJ	C

SUPLEMENTO GRI DEL SECTOR TELECOMUNICACIONES OPERACIONES DE LA COMPAÑIA				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Inversiones	IO01	G	IP/CA	C
	IO02	G	SI/CO (6)	C
	IO03	G	PP	Q
Seguridad y Salud	IO04	NA	NA	Q
	IO05	TM	SI	Q
	IO06	NA	NA	Q
Infraestructuras	IO07	TM	SI/FE	Q
	IO08	TM	SI/FE	C
PROVISIÓN DEL SERVICIO				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Acceso a los servicios de telecomunicaciones	PA01	G (7)	SI/IP	Q
	PA02	G	SI/IP	Q
	PA03	G	PP/SI	Q
	PA04	G	SI	C
	PA05	G	SI/IP	Q
	PA06	ND	ND	Q
Acceso a contenidos	PA07	G	PP/SI	Q
Relaciones con los clientes.	PA08	G	SI/FE/PP	Q
	PA09	ND	ND	C
	PA10	G	SI/IP/FE	Q
	PA11	G	SI/FE/PP	Q
APLICACIONES DE LA TECNOLOGIA				
ASPECTO	IND.	ALC.	P.V.	T.L.
Consumo eficiente de recursos	TA01	G	SI/IO	Q
	TA02	G	SI/IP	Q
	TA03	ND	ND	Q
	TA04	ND	ND	Q
	TA05	G	SI/IP	Q

- Se aportan casos prácticos relacionados con el indicador, pero no todas las actuaciones llevadas a cabo.
- Se proporciona únicamente información cualitativa. No se incorpora el dato cuantitativo también requerido por el indicador.
- EN 20: No se ha reportado esta información por el cambio de metodología "Internacional GHG Protocol (se indica directamente la conversión a CO2 equivalente).
- No se reporta información sobre la rotación de la plantilla
- Aun cuando estos indicadores son de aplicación a la compañía, no se incluye información al respecto en el Informe de RC, dado que no se ha impartido formación en esta materia durante el ejercicio 2007.
- La verificación del indicador con la documentación reportada al Organismo competente se ha podido aplicar, únicamente, en el caso de del coste del servicio universal en España.
- El informe de RC incluye información sobre actuaciones realizadas pero no sobre políticas.

Procedimiento de revisión	
CA	Verificación con las Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados auditados de Telefónica, S.A. correspondientes al ejercicio 2007.
AT M	Verificación con las Cuentas Anuales e Informe de Gestión Consolidados auditados de la Asociación de Telefónica para el Apoyo a las Personas con Discapacidad (ATAM), correspondientes al ejercicio 2007.
PA	Contraste con los Principios de Actuación del Grupo Telefónica aprobados en diciembre de 2007.
FE	Contraste con fuentes externas, para una muestra, de las informaciones cuantitativas o cualitativas procedentes de los sistemas internos de las empresas del Grupo Telefónica. En función del indicador, las fuentes externas utilizadas han sido, entre otras, informes emitidos por terceros para uso interno de Telefónica, noticias de prensa, accesos a páginas de Internet, agencias, facturas, nóminas...
CO	Contraste con las comunicaciones efectuadas a los Organismos oficiales competentes (CNMV, CMT, ...).
PM	Verificada adhesión al Pacto Mundial.
SI	Verificación de la adecuada recopilación de los datos reportados con sistemas internos de información y/o contraste de la información cualitativa con soporte documental proporcionado por las áreas o compañías responsables.
IP	Contraste de los datos cuantitativos y/o cualitativos con la información pública reportada por el Grupo Telefónica a los mercados o en páginas propias de Internet.
PP	Verificación de la existencia de las Políticas, Sistemas y Procedimientos descritos.
CC	Verificación de los cálculos efectuados siguiendo la metodología aplicada por el Grupo Telefónica.
AI	Conformidad con la comunicación documentación recibida de la Dirección General Adjunta de Intervención, Inspección y Auditoría Interna Corporativa.
NA	Verificación de la razonabilidad de los criterios utilizados para su consideración como "no aplicable" a las actividades desarrolladas por Telefónica.
ND	Indicadores de aplicación a las actividades de Telefónica para las cuales no dispone de información o no se informa.
AJ	Conformidad con las informaciones recibidas de los servicios jurídicos de cada país.

Nota:

EC4: No aplica por cuanto el gobierno mexicano no otorga recursos.

ENg / EN10: Indicador no material. Telefónica no utiliza agua reciclada ya que su consumo procede fundamentalmente de agua potable.

EN15: Telefónica realiza los correspondientes EIA's para el despliegue de su red, no se tiene constancia de la afección de sus instalaciones a especies amenazadas.

EN17: Indicador no material. Respecto al uso de sustancias que dañan la capa de ozono, debido al giro negocio no se expulsa CFC. Las emisiones de SO y NO no son relevantes.

EN20: No se ha reportado esta información por el cambio de metodología "Internacional GHG Protocol (se indica directamente la conversión a CO2 equivalente).

EN21: Indicador no material. Telefónica tiene sus sedes en terrenos urbanos, los vertidos se hacen a través de la red urbana.

EN24 / EN25: Indicador no material. Telefónica gestiona los residuos dentro de los países donde son generados.

EN27: Indicador no material. Telefónica se limita a la comercialización de estos productos sin responsabilidad directa sobre la gestión de los envases de los mismos.

EN29: Indicador no material. El principal impacto de los desplazamientos de nuestra plantilla son las emisiones de CO2, información que se incluye en los indicadores EN3 y EN16.

LA5: No disponible porque este indicador no se recoge en el convenio colectivo.

HR1 / SO2 / PA06 / PA09: Información no presentada en el informe por cuanto no existe una sección específica en la que podría ser incluida.

IO04 / IO06: Telefónica no produce terminales propios. Los terminales comprados, cumplen con todas las especificaciones reglamentarias.

TA03 / TA04: No se han realizado mediciones o estudios durante el ejercicio 2007 sobre cambios de vida o efectos rebote. En el capítulo de Progreso Responsable se resumen las ventajas y beneficios de los nuevos servicios.





Telefónica México
Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007

www.movistar.com.mx/rc2007

Para cualquier comentario acerca de este informe, por favor dirígete a:
responsabilidadcorporativa@telefonicomoviles.com.mx

